

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE INGENIEROS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Michelle María Paredes Salazar** C.I. **1725863151**, autor del trabajo de graduación intitulado: **“Análisis de la percepción de los moradores del barrio de San Blas – Quito en cuanto al desarrollo del fenómeno turístico”**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERIA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

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

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

Quito, 11 de octubre 2018



Michelle María Paredes Salazar

C.I. 1725863151

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

Quito, 20 Septiembre 2018

Yo, Mgtr. Katalina Almeida Ferri, MBA, directora de esta disertación, certifico que el Srta. Michelle Maria Paredes Salazar con CI 1725863151 ha realizado con mi dirección este trabajo titulado **“Análisis de la Percepción de los Moradores del Barrio San Blas-Quito en cuanto al Desarrollo del Fenómeno Turístico”** de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la **calificación respectiva.**



**Mgtr. Katalina Almeida Ferri, MBA.
CI 1707293120**

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE ECOTURISMO

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ING. EN ECOTURISMO – GUÍA DE TURISMO NACIONAL

ANÁLISIS DE LA PERCEPCION DE LOS MORADORES DEL
BARRIO SAN BLAS-QUITO EN CUANTO AL DESARROLLO DEL
FENÓMENO TURÍSTICO

MICHELLE MARÍA PAREDES SALAZAR

DIRECTORA: Mgtr. KATALINA ALMEIDA FERRI

Quito, 2018

DEDICATORIA

A mis padres, Janneth y Octavio, por su amor y apoyo incondicional.

Mis abuelos, Guadalupe y Luis, quienes siempre han creído en mí.

Mi hermana Mikaela, quien es mi motivación.

AGRADECIMIENTOS

A toda mi familia, por ser y estar incondicionalmente toda mi vida.

A mis amigos, personas invaluableles que me han regalado grandes momentos.

A mis maestros, quienes con su apoyo y conocimiento han sabido guiarme.

A todas aquellas personas que me brindaron una mano en el transcurso de este trabajo.

Gracias.

ÍNDICE GENERAL

1. CAPITULO I: PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Justificación.....	1
1.3. Planteamiento del problema.....	3
1.4. Objetivos.....	5
1.4.1. Objetivo general.....	5
1.4.2. Objetivos específicos.....	5
2. CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO.....	6
2.1. Ubicación geográfica.....	6
2.2. Demografía.....	8
2.2.1. Población.....	8
2.2.2. Tipos de Familia.....	8
2.2.3. Vivienda.....	9
2.2.4. Procedencia.....	10
2.3. Economía.....	10
2.4. Política.....	11
2.5. Movilidad urbana y transporte.....	13
2.6. Educación y servicios educativos.....	14
2.7. Seguridad.....	16
2.8. Reseña histórica.....	18
3. CAPITULO III: CARACTERIZACIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN DE PERCEPCIÓN Y ESPACIO URBANO EN TORNO AL TURISMO.....	21
3.1. Percepción.....	21
3.2. Turismo y percepción.....	24
3.3. Espacio urbano.....	26
3.3.1. Participación Ciudadana en Espacios Urbanos.....	28
3.4. Espacio urbano y turismo.....	29
3.5. Espacio urbano – San Blas, Quito.....	30
4. CAPITULO IV: ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE MORADORES DE SAN BLAS EN CUANTO AL FENÓMENO TURÍSTICO.....	33
4.1. Metodología.....	33
4.2. Estudio cualitativo.....	34
4.3. Estudio cuantitativo.....	36

4.3.1.	Población y Muestra	37
4.3.2.	Análisis de los Resultados	38
4.4.	Plan estratégico	72
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78
5.1.	Conclusiones	78
5.2.	Recomendaciones	80
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	81
7.	ANEXOS.....	89
7.1.	Anexo 1	89
7.2.	Anexo 2.....	89
7.3.	Anexo 3.....	90
7.4.	Anexo 4.....	90
7.5.	Anexo 5.....	91
7.6.	Anexo 6.....	91
7.7.	Anexo 7.....	92
7.8.	Anexo 8.....	93
7.9.	Anexo 9.....	93
7.10.	Anexo 10	95
7.11.	Anexo 11	95
7.12.	Anexo 12	97
7.13.	Anexo 13	98
7.14.	Anexo 14	99
7.15.	Anexo 15	101

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Áreas de Intervención del CHQ	7
Ilustración 2. Delimitación Barrio San Blas – Quito.....	7
Ilustración 3. Tipología de Familia, CHQ y Zonas de Estudio.....	9
Ilustración 4. . Autopercepción del Estado General de la Vivienda	9
Ilustración 5. Uso de Vivienda.....	10
Ilustración 6. Mapa de Rutas de Transporte Público en el CHQ	13
Ilustración 7. Porcentaje de viviendas que poseen o no parqueadero	14
Ilustración 8. Percepción de Seguridad Fuente: ICQ, 2016.....	16
Ilustración 9. Indicadores delincuencia 2014 – 2015	17
Ilustración 10. Indicadores delincuencia 2016 - 2017.....	17
Ilustración 11. Indicadores delincuencia 2017-2018.....	18
Ilustración 12 Cuadro comparativo indicadores de delincuencia - San Blas. Fuente: Elaboración Propia	18
Ilustración 13. Cuadro Comparativo Llegada Turistas UIO Fuente: Elaboración Propia. Basado en Quito en Cifras, 2018	30
Ilustración 14. Cuadro Comparativo Establecimientos Turísticos UIO Fuente: Elaboración Propia. Basado en Quito en Cifras, 2018	31
Ilustración 16. Cálculo de muestra Fuente: Elaboración Propia.....	38
Ilustración 17. Delimitación del BSB por Zonas	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Comparativo de personas que SI perciben y No perciben turismo en el BSB	41
Figura 2. Género de los encuestados	42
Figura 3. Edad de los encuestados.....	43
Figura 4. Nivel de formación de los encuestados.....	44
Figura 5 Ocupación de los encuestados.....	44
Figura 6. Encuestados que residen en el barrio.....	45
Figura 7. Encuestados que NO residen en el barrio	45
Figura 8. Porcentaje de años que han permanecido en el BSB (SI viven)	46
Figura 9. Porcentaje de años que han permanecido en el BSB (NO viven)	47
Figura 10. Pregunta 1 de la dimensión social	48

Figura 11. Pregunta 2 de la dimensión social	48
Figura 12. Pregunta 3 de la dimensión social	49
Figura 13. Pregunta 4 de la dimensión social	49
Figura 14. Pregunta 5 de la dimensión social	50
Figura 15. Percepción de propietarios e inquilinos de pregunta 5	51
Figura 16. Percepción de trabajadores y estudiantes de pregunta 5.....	51
Figura 17. Pregunta 6 de la dimensión social	52
Figura 18. Pregunta 7 de la dimensión social	53
Figura 19. Percepción (SI vive) de pregunta 7 de la dimensión social	53
Figura 20. Percepción (NO vive) de la pregunta 7 de la dimensión social	54
Figura 21. Percepción por género de la pregunta 7 de la dimensión social.....	54
Figura 22. Pregunta 8 de la dimensión social	55
Figura 23. Pregunta 9 de la dimensión social	55
Figura 24. Pregunta 10 de la dimensión social	56
Figura 25. Pregunta 11 de la dimensión social	56
Figura 26. Pregunta 1 de la dimensión económica.....	57
Figura 27. Pregunta 2 de la dimensión económica.....	58
Figura 28. Pregunta 3 de la dimensión económica.....	58
Figura 29. Pregunta 4 de la dimensión económica.....	59
Figura 30. Pregunta 5 de la dimensión económica.....	60
Figura 31. Pregunta 1 de la dimensión ecológica.....	61
Figura 32. Percepción de moradores respecto a pregunta 1 de la dimensión ecológica	61
Figura 33. Percepciones de personas que no viven en el barrio con respecto a pregunta 1 de la dimensión ecológica	62
Figura 34. Pregunta 2 de la dimensión ecológica.....	63
Figura 35. Pregunta 3 de la dimensión ecológica.....	63
Figura 36. Pregunta 4 de la dimensión ecológica.....	64
Figura 37. Género de los encuestados	64
Figura 38. Edad de los encuestados.....	65
Figura 39. Nivel de formación de los encuestados.....	65

Figura 40. Ocupación de los encuestados.....	66
Figura 41. Encuestados que residen en el barrio.....	66
Figura 42. Encuestados que no residen en el barrio.....	67
Figura 43. Porcentaje de años que han permanecido en el BSB.....	67
Figura 44. Pregunta 1 de la encuesta.....	68
Figura 45. Pregunta 2 de la encuesta.....	69
Figura 46. Pregunta 3 de la encuesta.....	69
Figura 47. Pregunta 4 de la encuesta.....	70
Figura 48. Pregunta 5 de la encuesta.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Productos y Servicios Turísticos de San Blas.....	35
Tabla 2. Número de encuestados.....	41
Tabla 3. Resumen resultados dimensión social.....	73
Tabla 4. Resumen resultados dimensión económica y ecológica.....	73

ABSTRACT

The look of the local habitants in front of the tourism phenomenon, is an analysis of great importance because it helps to know his vision in front of this activity, which commonly occurs without any previous planning in some areas of the city of Quito.

The study that was carried out, was to know the perceptions of the neighborhood of San Blas in front of this activity. It was based on some methodologies used in other countries and some quite positive results were achieved as residents are open to developing tourism in the area.

A vision of little union within the neighborhood was noted, but finally a proposed improvement plan that could help control the expansion of tourism and in turn a contribution of ideas that strengthen the aforementioned activity.

Keywords

Perception, residents, urban space, urban tourism.

RESUMEN

La mirada del morador frente al fenómeno del turismo, es un análisis de suma importancia puesto que ayuda a conocer su visión frente a esta actividad que comúnmente se da sin ningún tipo de planificación previa en algunas zonas de la ciudad de Quito.

El estudio que se realizó fue para conocer las percepciones del barrio de San Blas frente a esta actividad. Se basó en algunas metodologías usadas en otros países y se lograron algunos resultados bastante positivos, ya que los moradores se encuentran abiertos a desarrollar el turismo en la zona.

Se notó una visión de poca unión dentro del barrio, pero finalmente se hace una propuesta de plan de mejoras que podría ayudar a controlar la expansión del turismo y a su vez un aporte de ideas que fortalezcan la mencionada actividad.

Palabras Claves

Percepción, moradores, espacio urbano, turismo urbano.

1. CAPITULO I: PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

El Centro Histórico de Quito (CHQ), es un escenario de innegable importancia para el Ecuador al cumplir cuarenta años como Patrimonio Cultural de la Humanidad de debate sobre su valor patrimonial material e inmaterial (Oviedo, 2014).

El barrio de San Blas (BSB), siendo la entrada norte del CHQ ha tenido muchos cambios y modificaciones en su espacio urbano debido a múltiples hitos importantes a través de los años (Cifuentes, 2016). Oviedo (2014) adiciona que dichas transformaciones han dado espacio a varias iniciativas de diferente índole; algunas se han creado con el fin de conservar y preservar el patrimonio edificado y otras, con el objetivo de promover el turismo en la ciudad.

Hoy por hoy, muchas personas apuestan por el turismo como la actividad económica que puede reavivar el barrio, ya que el aumento de turistas como establecimientos turísticos es evidente (Rosero, 2018). Para el espacio de estudio, se tomó como base la definición de “turismo urbano” por ser una modalidad que promueve el desarrollo de estas urbes y que se está impulsando cada vez más en ciudades. Se lo asocia con descansos cortos, donde el conocer las costumbres y el estilo de vida de la gente que vive en estos espacios atrae cada vez más a diferentes viajeros (Procolombia, 2016).

García et al. (2015) señala que lo que sienten y piensan los moradores de un barrio hacia el impulso del turismo dentro de la comunidad como actividad socioeconómica, es de suma importancia para la planificación de un destino turístico ya que su disposición y apoyo influye en la calidad de servicios y productos ofertantes.

Finalmente, y por todo lo expuesto anteriormente el presente estudio está dirigido a conocer la percepción de la comunidad anfitriona o morador frente a esta dinámica social, su nivel de aceptación, entre otros.

1.2. Justificación

Los ambientes urbanos según Vilanova (2003), corresponden a numerosas formas de la ciudad compacta y continua, con estructuración compleja, funcionalidad y usos variados. Son precisamente estas formas diversas, analizadas desde el urbanismo y la geografía urbana, que van desde los núcleos históricos, a los crecimientos de la primera industrialización, tramas residenciales, polígonos de vivienda masiva, o asentamientos

marginales que finalmente el crecimiento urbano ha acabado integrando en la actividad turística.

El centro histórico de Quito, podría cumplir con las premisas anteriores, según UIO En Cifras, la capital ocupa el primer lugar de los destinos más visitados dentro de la ciudad gracias al valor que tiene como patrimonio cultural. Este es un lugar donde según Troitiño (2003) se configuran realidades urbanas, se imbrica centralidades históricas, económicas, simbólicas, turísticas, etc. Es aquí, donde en ocasiones se aglutinan complejas dinámicas; tanto urbanas como sociales que al mismo tiempo se enfrentan con su revitalización y el crecimiento de la ciudad (Unesco, 2007).

Dentro del CHQ, existen ciertos sectores aledaños al núcleo con igual carga histórica y cultural, pero que no son tan promocionados en el ámbito turístico. Sin embargo, recientemente se ha creado la iniciativa llamada “Barrios Vivos”; la cual busca recuperar los espacios y los actores que pueblan lugares como: San Marcos, La Marín, San Blas y La Tola; barrios emblemáticos y de gran tradición quiteña que hoy en día ya cuentan con sus pequeños emprendimientos innovadores. (Ecuador Travel, 2017).

Nuestra zona de estudio, el BSB, que en su momento fue considerada por Soto & Torres (2011) como el barrio que marcó el punto donde confluyó el cambio de una ciudad colonial (cuna de la cultura y el arte) para dar paso al Quito moderno (cuna del desarrollo económico); es mencionada en el artículo “Barrios Vivos”, en donde se señala que la zona tiene ciertos tabúes y prejuicios por parte de la sociedad quiteña e incluso por sus moradores, pero que hoy por hoy se encuentra en una nueva faceta, ya que por sus calles se desarrolla nuevos emprendimientos que se encuentran dispuestos en reactivar la zona al igual que San Marcos, La Marín, etc., (Ecuador Travel, 2017).

Los emprendedores previamente mencionados, concuerdan que con la ayuda de estas nuevas actividades turísticas se logrará revitalizar y transformar la imagen negativa de estos sectores para dar la oportunidad a la otra cara del Centro Histórico de Quito, ya que visto desde afuera es una actividad totalmente positiva para el barrio (Ecuador Travel, 2017). Es por eso sumamente necesario un estudio que demuestre, que tan beneficiada se encuentra la población residente y su percepción sobre dichos cambios, ya que es ésta según García, Serrano, Osorio y López (2015) un elemento ineludible para el logro del desarrollo local de los destinos potencialmente turísticos.

Ponce (2010) considera que la modalidad del turismo urbano ha ido creciendo de manera notable en las últimas décadas, pues cada vez existen más consumidores que demuestran interés por el patrimonio y el urbanismo. Siendo este favorecido por dinámicas convergentes; como por ejemplo la puesta en valor de muchos centros histórico, espacios urbanos, etc., pero también por la ampliación y diversificación de prácticas culturales.

El motivo por el que se realizó esta investigación, fue el de indagar y conocer cómo perciben los moradores de San Blas las nuevas y recientes actividades de turismo que se han venido desarrollando en los últimos años, ya que al parecer todas estas modificaciones y nuevas ideas con propósitos de revitalizarlo se han creado sin ningún tipo de planificación previa.

Finalmente como producto de esta investigación se presenta un plan de mejoras prácticas basada en los resultados obtenidos, los cuales se consideran pertinentes a trabajar para poder fomentar esta actividad de una manera planificada aportando a su revitalización como barrio histórico ya que son los moradores, según García et al. (2015) quienes establecen el dinamismo tanto del desarrollo del turismo así como la correlación entre la actividad y los actores involucrados.

1.3.Planteamiento del problema

El patrimonio histórico edificado del Distrito Metropolitano de Quito ha sido objeto de protección e intervenciones sistemáticas, especialmente en el CHQ y las cabeceras de las parroquias rurales. Lamentablemente y pese a que se han realizado inversiones y/o programas, las áreas históricas sufren de un constante deterioro debido a múltiples razones; como factores sociales, ambientales, urbanos, y constructivos que claramente afectan a los bienes inmuebles patrimoniales. El patrimonio edificado, ha venido soportando un proceso de intervenciones desordenadas, donde ha predominado la falta de consulta y asesoría técnica. Añadiendo el mal uso de la vivienda en ciertos sectores y la densificación en otros, lo que produce un desequilibrio que genera problemas de ocupación, servicios, uso, equipamientos e infraestructura. Estas intervenciones son frecuentemente clandestinas, causadas por el desconocimiento de los procedimientos de aprobación de planos y licencias de construcción, y la percepción de que los trámites son altamente complejos y demorosos (DMQ, 2012).

Sin embargo, es en este mismo punto donde Verónica Sevilla (El Comercio, 2016) afirma que la mayoría de turistas que visitan Quito se concentran, ya que según Quito Turismo

(2016) el CHQ cuenta con un gran número de atractivos como: iglesias, museos, monumentos, plazas, casas patrimoniales y barrios significativos que contribuyeron para que la ciudad sea declarada “Patrimonio Cultural de la Humanidad”; recibiendo aproximadamente 706.000 turistas al año.

Verónica Sevilla (El Comercio, 2016) también añade que fuera del núcleo central del CHQ, existen otros barrios emblemáticos, entre ellos San Blas, que no gozan de una buena reputación por parte de la sociedad quiteña en cuanto a seguridad, atractivos, entre otros pero que Ecuador Travel (2017), considera que es la oportunidad para crear nuevos espacios, rutas y actividades turísticas que promuevan la conservación, preservación y recuperación de la identidad de cada zona, reconociendo su riqueza arquitectónica y cultural, dejando de lado el estigma de ‘sectores peligrosos’.

Álvarez (2005) señala que el turismo, como actividad económica puede realmente llegar a contribuir al desarrollo de comunidades al ser un sector que puede traer muchos beneficios aparte de los económicos, pero ratifica que debería conllevar la organización de la población y, la colaboración entre empresas para ponerlo en funcionamiento; esto dinamiza y coadyuva a que las diferentes instituciones cooperen para la recuperación del patrimonio, la reconversión de zonas, etc.

Para que toda esta actividad económica se la pueda realizar sin problemas, hay que tener en cuenta a los moradores o comunidad anfitriona ya que según afirma Monterrubio (2009), su participación es la clave en el desarrollo turístico; sobre todo en aquellos países o zonas donde el turismo está siendo parte de su economía, debido a que su intervención puede ayudar al desarrollo funcional u obstaculización del turismo. Lamentablemente son pocos los estudios que se enfocan y/o concentran en analizar la relevancia de su incorporación en procesos de planificación y gestión.

Debido a que la actividad turística está tomando fuerza en el BSB; esta no cuenta con ningún tipo de planificación previa y actualmente son el conjunto de buenas ideas e intenciones que según ciertos emprendedores está beneficiando al sector. Se consideró necesario e importante identificar como los moradores perciben todas estas nuevas actividades, ya que la pregunta de esta investigación es ¿La actividad turística es percibida como una mejora para el barrio y una mejora en la calidad de vida? pues tal como señala Ide (2012), es esencial una investigación adecuada que pueda proponer un plan de mejora en el caso de ser necesario, pues la conservación y recuperación de áreas urbanas

históricas sólo puede ser eficaz si se crea una planificación junto con propuestas de visión a largo plazo, logrando una relación armónica entre el área urbana histórica y el conjunto de la población para así poder llevar a cabo nuevas actividades económicas y sociales.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar las percepciones de la comunidad anfitriona en relación a las dinámicas turísticas en el barrio de San Blas como espacio urbano de la ciudad de Quito.

1.4.2. Objetivos específicos

- Determinar los elementos teóricos conceptuales de las percepciones de los moradores de la comunidad en torno al turismo.
- Identificar las dinámicas sociales que se desarrollan en el espacio urbano San Blas en relación a la actividad turística.
- Describir las relaciones y las percepciones que la comunidad del barrio San Blas tiene en relación al turismo en el espacio urbano.
- Analizar los resultados conjuntamente con actores sociales del barrio de San Blas para proponer una base de lineamientos que puedan servir para proyectos futuros.

2. CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO

2.1.Ubicación geográfica

El Distrito Metropolitana de Quito cuenta con 65 parroquias urbanas y rurales; a su vez tiene nueve administraciones zonales, siendo San Blas parte de la parroquia urbana Centro Histórico y de la Administración Zonal Manuela Sáenz, siendo el objetivo de esta última el regular los servicios de bien público para que estos sean de calidad y así planificar el desarrollo integral de la zona donde se garantice la participación, seguridad, movilidad, entre otros de la gente (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2018).

El Instituto de la ciudad junto con el Instituto Metropolitano de Patrimonio, realizaron el levantamiento de una Encuesta Multipropósito (EM) para obtener una información base que pueda ayudar al diseño del “Plan Urbano del Centro Histórico”, y así adquirir información estadística sobre aspectos sociales, económicos y del entorno urbano de los 14 barrios del CHQ, los mismos que se dividieron de la siguiente manera: Núcleo Central, Zona envolvente oriental, Zona envolvente occidental y Eje 24 de mayo (Ilustración 2), (Instituto de la Ciudad, 2016).

El BSB, zona de esta investigación, fue ubicado dentro del estudio mencionado en la zona envolvente oriental; el barrio tiene un área aproximada de 28,04 hectáreas (ICQ, 2016). Limitando según la Dirección Metropolitana de Desarrollo Urbanístico de Quito (2018); al norte con la calle Gral. Pedro Briceño y el parque la Alameda, al sur con la av. Don Bosco, al este con la av. Valparaíso y al oeste con la avenida Montúfar conectando al final con la av. Pichincha (Ilustración 3).

2.2. Demografía

2.2.1. Población

El BSB, según la Dirección Metropolitana de Desarrollo Urbanístico de Quito basándose en el censo realizado por el INEN en el año 2010 notifica que la población específicamente del barrio es de 4003 habitantes (Anexo 1). Lamentablemente no existe información demográfica específica del BSB, más sí de la zona envolvente oriental, donde según el ICQ (2016) predomina cada vez más la población adulta, lo que ha dado lugar a un descenso en la natalidad junto con la población en edad fértil. Al parecer, la población especialmente joven prefiere migrar a otras zonas de la ciudad, debido sobre todo al debilitamiento de la función residencial en ciertas áreas del CHQ y por ende al deterioro de sus condiciones de espacio de habitabilidad; pues al parecer existen ciertas zonas donde se concentra el mantenimiento y aprovechamiento económico de infraestructura física y urbanística, mientras que existen otras zonas que son menos atendidas y más deterioradas.

2.2.2. Tipos de Familia

En cuanto a los tipos de familia que se encuentran en la zona envolvente oriental, se reflejan formas de habitabilidad representada sobre todo por tipos de familia “Nuclear Biparental con Hijos” y “Familia Extensa” (Ilustración 4). En el CH la media de personas por hogar es de 3.2 personas: 2 hijos 28.4%, un hijo 26.4%, 3 hijos 20.4%, 4 hijos 10.7%, existiendo zonas donde la concentración de la población es alta, llegando incluso a superar los 300 o 400 hab/ha en algunos barrios como por ejemplo San Roque, San Diego o Libertad Bajo, sin embargo en el BSB se percibió que aquí existe una concentración más equilibrada de familias lo cual beneficia a mantener una adecuada tensión urbana (ICQ, 2016).

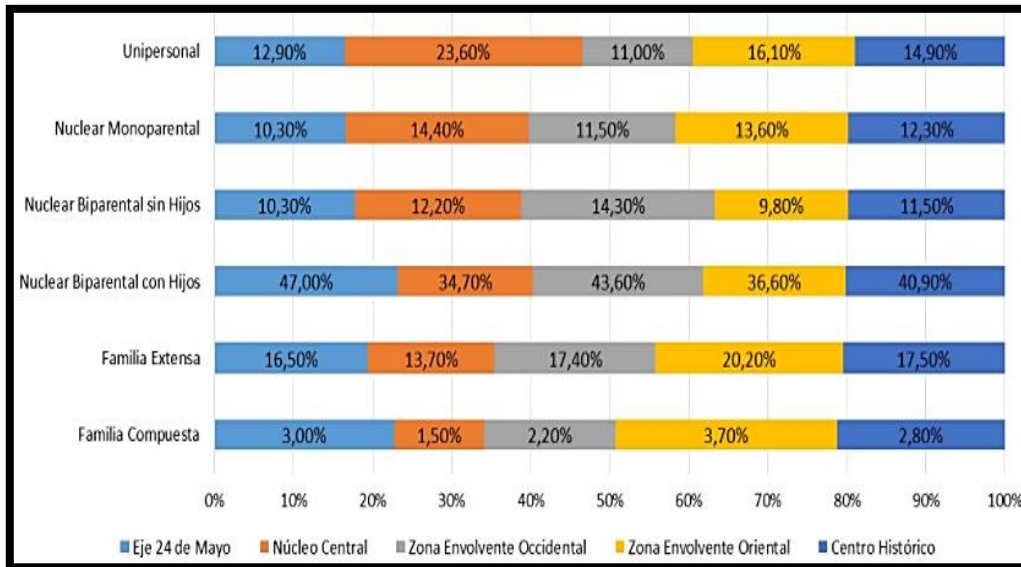


Ilustración 3. Tipología de Familia, CHQ y Zonas de Estudio

Fuente: Encuesta Multipropósito del DMQ, 2016

2.2.3. Vivienda

La EM del DMQ (2016), llegó a encuestar a 1966 jefes/as de hogar o cónyuges en el CHQ sobre su percepción con respecto al estado de sus domicilios con un rango de valoración del 0 al 10, donde el 0 corresponde a condiciones deplorables y 10 a condiciones óptimas, siendo la zona envolvente oriental la cual tiene el segundo porcentaje alto relativo a un mal estado de la vivienda con un valor de 8.4% (Ilustración 5).

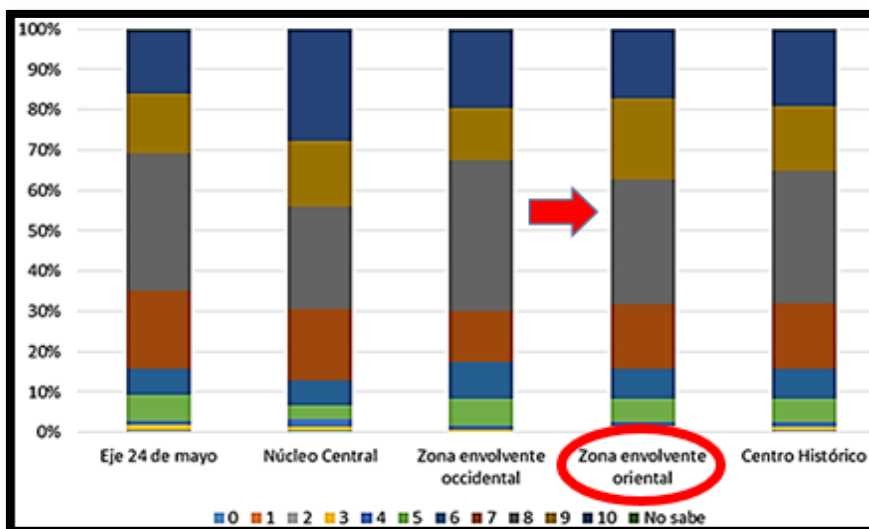


Ilustración 4. . Autopercepción del Estado General de la Vivienda

Fuente: Encuesta multipropósito, ICQ -DMQ, 2016

Es importante recalcar que la gran mayoría de domicilios de la zona envolvente oriental, el 45.90% de viviendas son arrendadas, seguida del 31.90% como propia y pagada, siendo también la gran mayoría usada exclusivamente para vivienda (Ilustración 6) (ICQ, 2016).

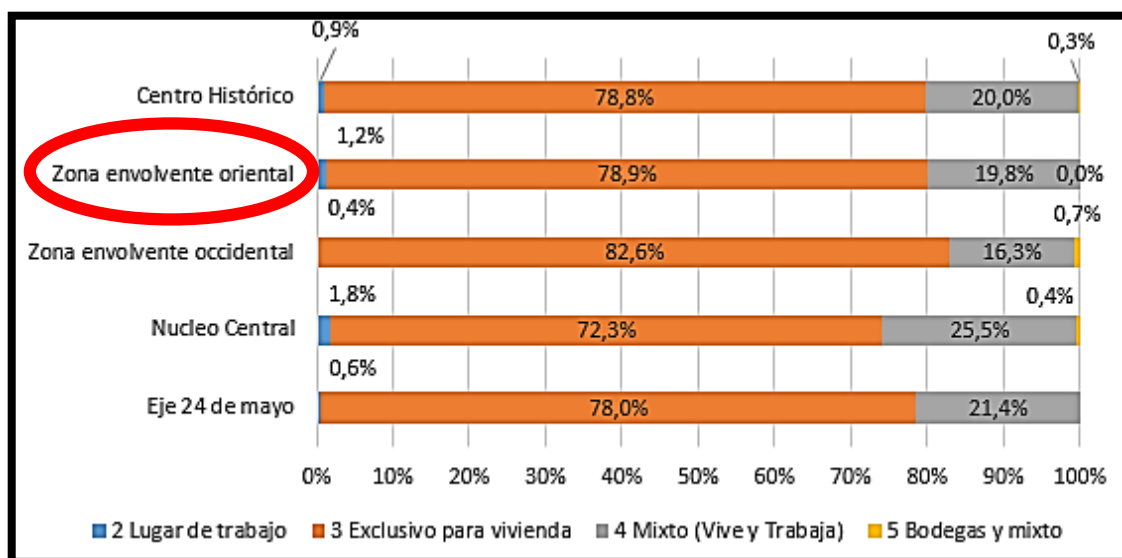


Ilustración 5. Uso de Vivienda
Fuente: EM del DMQ - ICQ, 2016

2.2.4. Procedencia

El CHQ, es considerado uno de los puntos de la ciudad donde se concentra una gran cantidad de personas de diferentes zonas del país, siendo esta heterogeneidad un componente sociocultural de suma importancia para el DMQ.

Con respecto a la Zona envolvente oriental, gran parte de los habitantes que residen en este lugar provienen de la Costa norte con un 44,0% lo que llega a equivaler a un 9,4% del total de la población de la zona. Además, también se llegó a dilucidar que el 11,17% de sus residentes son originarios de Manabí siguiendo con un 9,69% de Tungurahua y en tercer lugar con un 8,23%, originarios de Imbabura (ICQ, 2016).

2.3. Economía

No existe un estudio en específico sobre el BSB y su economía, más si del CHQ donde se estima que la población económicamente activa (PEA) la conforman el 61.8% de la población mayor de 12 años, siendo el porcentaje de participación de los hombres, mayor al de las mujeres; 74 y 50% respectivamente (Rivas et al., 2006)

Según el INEC, los niveles de ocupación son superiores al 90%; sin embargo, esta información no da cuenta de la calidad del empleo, ya que se basan en una clasificación

que considera ocupado a aquellas personas que han trabajado al menos una hora a la semana; siendo este mecanismo de medición no tan certero, ya que oculta el trabajo informal; en él se ubica gran parte de la población no sólo del CHQ sino del país (Rivas et al., 2006).

En cuanto a las actividades comerciales, existe una variedad de tipos de empresas establecidas desde micro hasta grandes empresas. En la categoría de las primeras se concentra el 96,6% de los establecimientos, el 41,7% del empleo del CHQ y la principal actividad económica es el comercio al por mayor y menor (61,7%). Mientras que, las grandes se representan tan solo en el 0,02% de los establecimientos, su mayor actividad es de administración pública y defensa, y emplean al 36,3% de las personas. Con respecto a los ingresos percibidos por las empresas en el CHQ, las grandes firmas son las que generan el 37,8% del total; luego siguen las microempresas que concentran el 33,4%. Sin embargo, son estas últimas las que pagan mayor cantidad de impuestos, con un estimado del 57,1% con respecto al total, lo cual representó \$4'710.827 USD según el Censo Económico en el 2010 (Instituto de la Ciudad, 2012).

2.4. Política

En San Blas existen tres juntas directoras y/o asociaciones organizadas en pro del barrio con sus respectivas directivas descritas a continuación:

- Comité Pro-Desarrollo “La Tola Colonial” con su presidente actual el Ing. Juan Carlos Rojas.
- Asociación de Comerciantes del Mercado Central con su presidente actual el Sr. Eduardo Vergara.
- Asociación de Hoteles del Centro Histórico de Quito con su presidenta actual la Sra. Ana Pérez.

El Comité Pro-Desarrollo “La Tola Colonial” está establecido jurídicamente en el MIDUVI por aproximadamente 37 años; aunque se han encontrado registros desde el año de 1948, lo cual da la pauta de la existencia de directivas barriales que se han conformado en la zona desde hace más de 50 años, teniendo como objetivo principal el contribuir y gestionar obras, para que el barrio tenga una buena convivencia dentro del sector y del barrio. Dicho comité, se encuentra conformado por presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, además cuenta con ocho comisiones sobre seguridad, inclusión, cultura, deportes, etc., formados por los mismos moradores del barrio, ayudando al comité en la

organización y ejecución de diferentes proyectos en marcha, ya que la directiva está a cargo de una zona bastante amplia geográficamente, es decir no están a cargo solo del BSB, sino también de la Alameda, la Tola Alta, la Tola Baja (J. Rojas, comunicación personal, 08 de mayo del 2018).

La directiva actual, fue electa el 21 de noviembre del 2017 con una vigencia de dos años, ya que se encuentran bajo la ordenanza 102 de participación, estipulada por el municipio; el decreto ejecutivo 739 estipulada por la Presidencia de la República, a través de la Secretaria Nacional de Gestión de la Política; y el art. 66 de la Constitución. Todos estos entes son rectores de la organización social, colectiva, participativa, política, que permite que los ciudadanos de a poco a poco empiecen a tomar las riendas de su sector (J. Rojas, comunicación personal, 08 de mayo del 2018).

En cuanto a la Asociación de Comerciantes del Mercado Central, esta cuenta con 67 años de fundación al igual que el mercado, pertenece a la coordinación de mercados de Quito y se encuentra regido por los reglamentos y ordenanzas del Municipio de Quito. Sin embargo, hoy en día es bastante independiente, ya que buscan el autofinanciamiento y ellos mismos cubren sus gastos de servicios básicos, infraestructura, guardianía, mantenimiento, etc. (E. Vergara, comunicación personal, 25 de abril del 2018).

Pese a que se encuentra estipulado que se debe hacer un cambio de directiva cada dos años, Eduardo Vergara (comunicación personal, 25 de abril del 2018) asegura que debido a su buena administración y dirección del mercado, dicha directiva se encuentra a cargo de la administración del mercado los últimos 12 años y es gracias también al apoyo brindado por los comerciantes del mismo. Se encuentra organizada por: presidente, vicepresidente, secretaria, tesorera y una comisión de fiscalización que se encarga de controlar y administrar el dinero que ingresa al mercado. La administración del mercado es independiente, pero como se dijo anteriormente se basa en las normas del municipio. Sin embargo, con la directiva del barrio se han organizado algunos eventos, actos culturales, desfiles e incluso un sinnúmero gestiones con entidades públicas en pro del sector, ya que al ser parte del sector de San Blas se colaboran mutuamente.

Finalmente, está la Asociación de Hoteles del Centro Histórico de Quito con su presidenta la Sra. Ana Pérez quien asumió el puesto en el mes de marzo del 2018, sucediendo al Sr. Lenin Campaña actual vicepresidente, fundador y presidente de los dos años anteriores. Dicha asociación se reconoció jurídicamente en el Ministerio de Turismo el 15 de marzo

del 2015, cuando los propietarios de los 40 hostales y hoteles entre las calles Sodiro, Chile, Valparaíso y Pedro Fermín Cevallos formaron una asamblea para su creación (A. Pérez, comunicación personal, 15 de mayo del 2018).

Pese a que el nombre de la asociación indique CHQ, en realidad se encuentran enfocados en la zona de la Tola Colonial debido a que esperan revitalizar el barrio con el turismo, teniendo como uno de sus objetivos principales el convertir al sector en Zona Especial Turística (ZET) como la Mariscal. Sin embargo se han hecho algunas inspecciones junto con Quito Turismo en cuanto alumbrado eléctrico, servicios, etc., pero es necesario hacer un cambio o anexo en la ordenanza 236 para poder consolidar a la zona como una (L. Campaña, comunicación personal, 07 de mayo del 2018).

2.5.Movilidad urbana y transporte

En el CHQ, las redes viales existentes se las puede identificar en el mapa de rutas y transporte público (Ilustración 7) de la Secretaría de la Movilidad (ICQ, 2016).

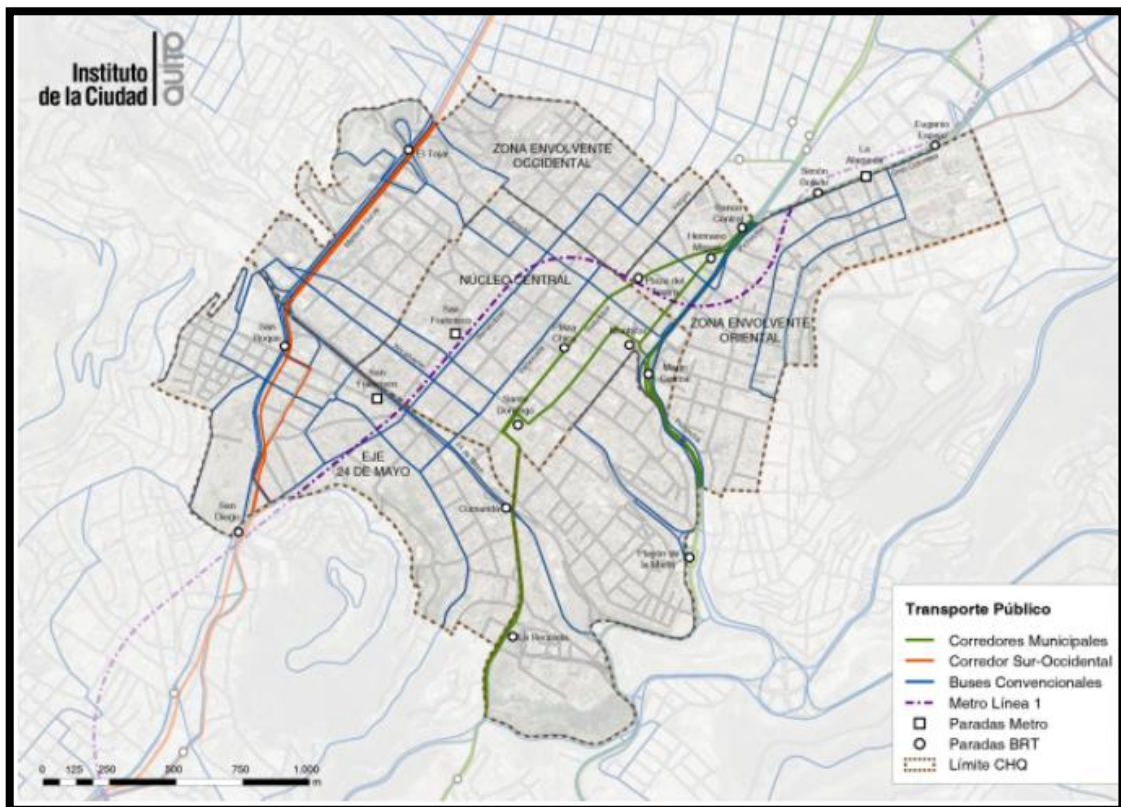


Ilustración 6. Mapa de Rutas de Transporte Público en el CHQ
Fuente: Secretaría de Movilidad e ICQ, 2017

En los barrios de la zona envolvente oriental como la Alameda, La Tola, San Marcos, la Recoleta y San Blas, cerca del 7% señalaron la existencia de escalinatas como principal acceso a los domicilios, 3% las viviendas tienen como vía principal pasajes o vías sin salida y finalmente en cuanto a percepción de los moradores sobre el estado de las mismas señalaron un valor de 7.98/10 (ICQ, 2016)

Sobre el tema de estacionamientos públicos, existe un déficit general de parqueaderos (Ilustración 8), lo que ha llevado a muchos propietarios, sobre todo de casas antiguas adoptar y/o transformar los patios de dichas viviendas en parqueaderos de uso público o privado (ICQ, 2016).

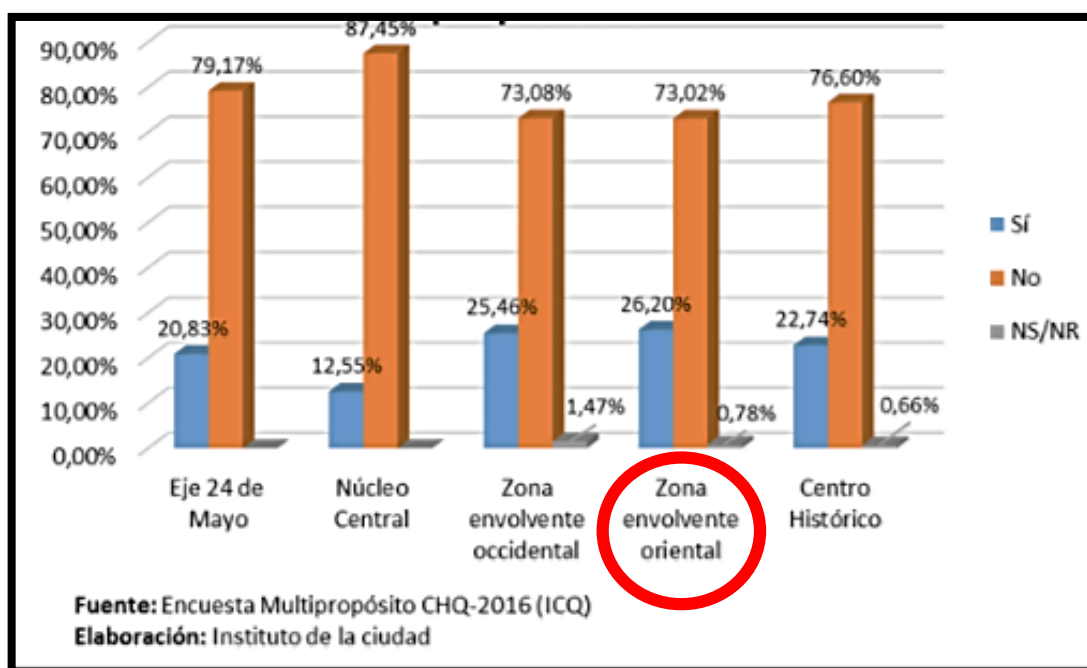


Ilustración 7. Porcentaje de viviendas que poseen o no parqueadero
Fuente: EM CHQ/ICQ, 2016

Aunque no existe un registro formal, por observación directa se pudo comprobar que el BSB también cuenta con las siguientes Cooperativas de Taxis: San Blas N°6 con su puesto de control ubicada en la calle caldas y Coliseo N°23, la cual al parecer tiene aproximadamente 50 años en el barrio, siendo su sede en la calle Olmedo y Fermín Cevallos con su dirigente el señor Giovanni Villacís.

2.6. Educación y servicios educativos

Según el diagnóstico social y de salud del CHQ, existen 112 planteles educativos de nivel preescolar, escolar y medio, de los cuales, 41 son fiscales, 4 municipales, 34 particulares laicos y 35 particulares religiosos.

Pese a que en el CHQ existe un número importante de escuelas y colegios, los niveles de instrucción de sus habitantes no son muy altos, pues alrededor de un 3.4% de la población analfabeta, siendo el 42% de la población mayor de cinco años tiene instrucción básica, el 36.2% instrucción media y solamente el 17.6% instrucción superior (Rivas et al., 2006). Según la misma fuente, el 3.7% de jefes/as de hogar son analfabetos, el 35.8% tiene educación básica, un 37.5% tiene con educación media y un 22.4% educación superior. Dichos datos muestran que pese a la dotación de servicios educativos, existe un alto porcentaje de población que no puede acceder a ellos, sobre todo nivel secundario y pero aún universitario.

En cuanto a infraestructura y equipamiento de dichas instituciones educativas, estas se encuentran con deficientes escenarios ya que muchas son casas antiguas que no tienen mantenimiento, algunas no tienen buenas condiciones sanitarias, tienen problemas en las instalaciones eléctricas, techos en mal estado por filtraciones de agua, paredes cuarteadas o en riesgo de derrumbarse, etc., constituyendo así un riesgo constante para los estudiantes (Rivas et al., 2006).

Por otro lado, existe un alto número de niños/as de las escuelas del sector que se ven obligados a compartir sus actividades escolares con el trabajo; generando así ingresos monetarios para la supervivencia familiar debido a la grave situación de pobreza que afecta a la mayoría de familias del sector y del distrito (Rivas et al., 2006). La mayoría de escuelas brindan apoyo en casos de violencia intrafamiliar y maltrato infantil; como sitios de referencia en estos casos se señalan a Las Tres Manueles, Comisaria de la Mujer y la Familia, y DINAPEN (Rivas, Mejía, Yépez, & Montúfar, 2006)

Finalmente, en el barrio también hay la existencia de grupos y espacios que promueven el arte y la cultura, pues se han podido identificar algunos centros como por ejemplo en el antiguo colegio Luis Fidel Martínez, ubicado en la calle Antepara y Ríos, se encuentra el “Centro de Danza Experimental”, el cual es un espacio de investigación, formación, creación, producción y difusión de danza contemporánea. A su vez, se conoce que de la existencia de la “Casa Somos” de la Tola 1 y 2, donde se brindan algunos talleres gratuitos dirigidos a todo el público en diferentes áreas como danza, pintura, circo, etc.

2.7.Seguridad

El Comité Pro Desarrollo de la “Tola Colonial”, solicitó a la Comisión de Participación Ciudadana la realización de un UPC debido al constante nivel de delincuencia que existe en la zona (J. Rojas, comunicación personal, 08 de mayo del 2018).

El Agente Valdivieso, policía metropolitano de Quito afirma que la Policía Nacional, usualmente está patrullando y realizando diferentes operativos desde las 6:00am aprox., pero aun así es escasa ya que lamentablemente la presencia de personas vendiendo droga, realizando actos delictivos, etc., es común. Además, señala que ellos como policías metropolitanos, suelen rondar por el sector las 24 horas del día para ayudar con información turística y también para realizar diariamente un control de espacio ciudadano, sobre todo en la parte trasera del mercado central donde es relativamente tranquilo en el día pero a partir de las 6:30pm o 7:00pm aprox. la zona se vuelve más peligrosa.

El Instituto de la Ciudad en la EM (2016) obtuvo la percepción de seguridad por parte de los moradores en sitios públicos con un rango de 0-5, siendo 0 el valor más bajo y 5 el valor más alto, donde se puede apreciar que las personas de la zona envolvente oriental tienen una percepción de seguridad neutra con un cierto aumento de dicha percepción en espacios públicos como mercados, plazas, parques/bulevares (Ilustración 9).

	Su Barrio	Las Calles	Transporte municipal	Transporte cooperativas	Plazas	Parques / Bulevares	Equipamiento deportivo	Quebradas	Semipúblicos	Mercados
Eje 24 de mayo	2,05	2,14	2,64	2,47	2,82	2,71	2,71	2,01	3,03	1,77
Núcleo Central	2,39	2,35	2,75	2,64	2,91	2,79	2,71	2,02	3,14	2,32
Zona envolvente occidental	2,49	2,38	2,57	2,52	2,98	2,74	2,85	2,14	3,14	2,33
Zona envolvente oriental	2,51	2,31	2,53	2,47	2,87	2,86	2,91	2,31	3,22	2,10
Centro Histórico	2,37	2,29	2,60	2,51	2,90	2,78	2,82	2,15	3,14	2,11

Ilustración 8. Percepción de Seguridad
Fuente: ICQ, 2016

Por otro lado, el Cabo Washington Congo (comunicación personal, 02 de agosto del 2018), quien lleva trabajando en el sub circuito CH 4 por cinco años señala que diariamente se dividen en tres grupos por turnos de ocho horas para realizar constantes recorridos (dos motos y una patrulla) en el sector, cubriendo San Blas, Mercado Central, Plaza del teatro y colegios.

Finalmente el Distrito de Policía Manuela Sáenz (Anexo 5), colaboró con los indicadores de delitos de los años 2014, 2015, 2016, 2017 y agosto-2018, los cuales señalan que ha habido un descenso de delincuencia en el subcircuito CH-4 detallados a continuación:

COMPARATIVO INDICADORES CMI DISTRITO MANUELA SÁENZ				
SUBCIRCUITO CENTRO HISTORICO 4				
DELITOS	FRECUENCIAS		VARIACIÓN	
	ENERO ENERO - DICIEMBRE 2014	ENERO ENERO - DICIEMBRE 2015	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN %
ROBO A PERSONAS	82	87	5	6,10%
ROBO DE BIENES, ACCESORIOS Y AUTOPARTES DE VEHÍCULOS	31	16	-15	-48,39%
ROBO A UNIDADES ECONÓMICAS	18	16	-2	-11,11%
ROBO A DOMICILIO	17	13	-4	-23,53%
ROBO DE CARROS	5	3	-2	-40,00%
ROBO DE MOTOS	1	10	9	900,00%
TOTAL	154	145	-9	-5,84%

Ilustración 9. Indicadores delincuencia 2014 – 2015
Fuente: Distrito de Policía Manuela Sáenz, 2018

COMPARATIVO INDICADORES CMI DISTRITO MANUELA SÁENZ				
SUBCIRCUITO CENTRO HISTORICO 4				
DELITOS	FRECUENCIAS		VARIACIÓN	
	ENERO CORTE 31 DE DICIEMBRE 2016	ENERO CORTE 31 DE DICIEMBRE 2017	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN %
ROBO A PERSONAS	84	86	2	2,38%
ROBO DE BIENES, ACCESORIOS Y AUTOPARTES DE VEHÍCULOS	45	19	-26	-57,78%
ROBO A UNIDADES ECONÓMICAS	20	11	-9	-45,00%
ROBO A DOMICILIOS	16	9	-7	-43,75%
ROBO A MOTOS	3	5	2	66,67%
ROBO A CARROS	3	0	-3	-100,00%
TOTAL	171	130	-41	-23,98%

Ilustración 10. Indicadores delincuencia 2016 - 2017
Fuente: Distrito de Policía Manuela Sáenz, 2018

CENTRO HISTÓRICO 4	FRECUENCIA		VARIACIÓN	
	01 ENE- 02 AGOSTO DEL 2017	01 ENE- 02 AGOSTO DEL 2018	PORCENTUAL	ABSOLUTA
ROBO A PERSONAS	50	45	✓ -10%	-5
ROBO A DOMICILIOS	4	8	✗ 100%	4
ROBO A UNIDADES ECONÓMICAS	9	5	✓ -44%	-4
ROBO A CARROS	0	2	✗ 200%	2
ROBO A MOTOS	4	1	✓ -75%	-3
ROBO DE BIENES, ACCESORIOS Y AUTOPARTES DE VEHÍCULOS	9	21	✗ 133%	12
ROBO EN EJES VIALES O CARRETERAS	0	0	⚠ 0%	0
HOMICIDIOS INTENCIONALES	0	0	⚠ 0%	0
TOTAL	76	82	✗ 8%	6

Ilustración 11. Indicadores delincuencia 2017-2018
Fuente: Distrito de Policía Manuela Sáenz, 2018

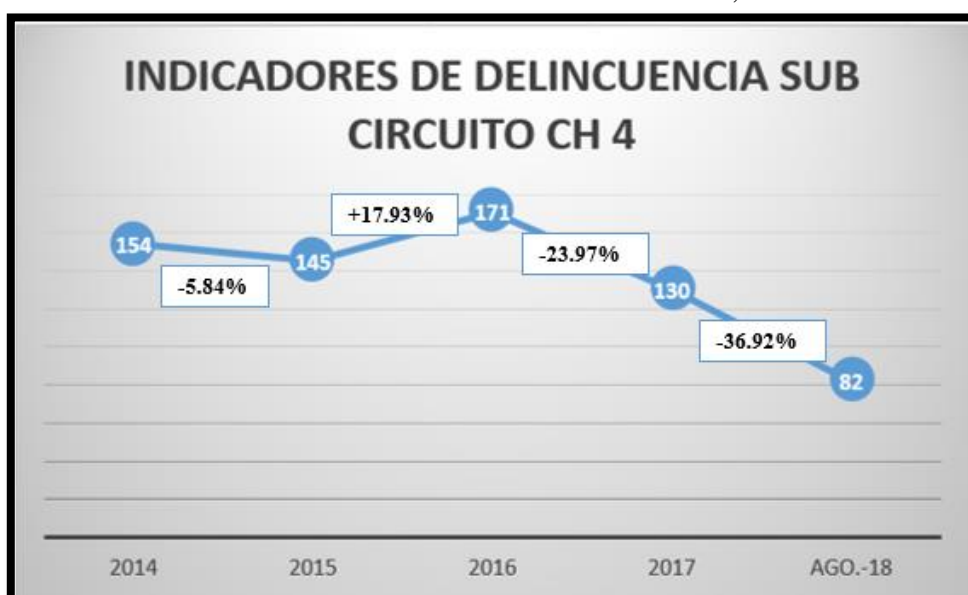


Ilustración 12 Cuadro comparativo indicadores de delincuencia - San Blas.
Fuente: Elaboración Propia

2.8. Reseña histórica

El Barrio de San Blas fue fundado en el siglo XVI; es uno de los barrios más antiguos y tradicionales de la capital del Ecuador (Peralta & Moya, 2007) y se lo ha definido en esta investigación como un espacio urbano de la ciudad ya que es un lugar en donde se desenvuelven actividades económicas y sociales que influyen sobre el comportamiento humano (Gehl, Ciudades para la Gente, 2014), siendo la parroquia colonial de la periferia de la ciudad (Ortiz, Peralta, & Moreira, 2004)

Según Estupiñán (2014), es un lugar donde el intercambio de mercancías es parte de la cotidianidad de su gente, pues desde aproximadamente 1694 era un espacio donde existía

una red de distribución de productos locales e importados; siendo un lugar importante para el comercio de la ciudad. Sin embargo, es justamente aquí en donde incluso se lo podría catalogar como uno de los sectores del CHQ con más transformaciones espaciales y sociales, ya que se llega a hablar de un sin número de “asesinatos arquitectónicos” que ocurrieron en dicho espacio como por ejemplo: La Rotonda y la Biblioteca Nacional, la cual fue derrocada para dar paso a la avenida Pichincha, para luego construirse el primer paso a desnivel de la ciudad con dirección al norte.

San Blas es el espacio urbano en donde se ve la transición y la unión del Quito antiguo y moderno. Aquí funcionaba el mercado más grande de la ciudad, el cuál sufrió un incendio; sin embargo, hoy en día se halla el actual Mercado Central que funciona a lado del Coliseo Julio César Hidalgo (La Hora, 2000) y ciertos monumentos o estructuras claves e importantes del espacio urbano que se detallarán a continuación:

- Iglesia.- Fue creada en un principio con el fin de adoctrinar a los indios es según Navarro citado en Ortiz, Peralta & Moreira (2004) ésta es una de las iglesias más antiguas de la ciudad, la cual es la única construcción casi intacta que tiene el barrio ya que ha tenido tan solo pequeñas intervenciones con la intención de mejorar su imagen pues aún conserva muchos de sus rasgos originarios.
- Plaza.- Hoy en día es el resultado de numerosas intervenciones desde el siglo XVIII y estaba destinada a la reunión de indios de Annan Quito y llegada de pobladores o comerciantes agrícolas, siendo un centro de suma importancia para la conexión entre los caminos de la Costa y la Amazonía. Se encuentra ubicada la Iglesia del barrio (Peralta & Moya, 2007).
- Mercado Central.- El mercado cuenta con un área de 5.000 m², por lo cual cuenta con una capacidad de 457 puestos de vendedores, 8 almacenes y 95 bodegas. Posee tres entradas a la zona donde se preparan las comidas y también una entrada a la planta alta. Lamentablemente para finales de la década de 1940 el mercado sufrió un incendio haciendo que muchos de los trabajadores del lugar migraran a otros espacios, sin embargo el FONSAL a inicios del año 2003 concluye una restauración integrada en la que se crea y se adecua nuevas necesidades y exigencias de los usuarios, dándole así una nueva vida a la edificación (Ortiz, Peralta, & Moreira, 2004).
- Plaza de Toros Belmonte: en esta locación no solo se realizaban corridas de toros sino también bailes de máscara, partidos de básquet y encuentros de boxeo. La segunda inauguración de la plaza fue en el 1920 y actualmente se encuentra bajo la

administración privada y es utilizada para eventos empresariales, corridas de toros y festivales (Burgos, 2010).

- Calé de Queso.- Tradicional casa esquinera en el cruce de las calles Montúfar y Guayaquil. La palabra “calé” se le denominaba a la moneda de 2.5 centavos de sucre que se usó en el país entre los años 1917 – 1937 y era muy común entre la población quiteña pedir alimentos según su equivalente en dinero, mas no por su peso o unidades. Por lo tanto un “calé de queso” equivalía a una porción de queso redondo. Esta casa ha llevado este peculiar nombre por aproximadamente ocho décadas y fue construida para vivienda en las plantas superiores y la planta baja para comercio, cabe recalcar que ha sido modificada en diferentes ocasiones pero siempre sin perder su conformación volumétrica básica (Ortiz, Peralta, & Moreira, 2004).
- Calle Caldas.- Es fruto de un período de transición temporal y físico de la ciudad ya que pertenece al CHQ, sin embargo esta calle tiene características propias del Quito moderno de la década de 1930. Para 1995 se inicia el proyecto de recuperación integral de dicha calle a través de la Empresa del Centro Histórico, Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda, el Banco Ecuatoriano de la Vivienda y la ONG francesa Pact Arim, siendo un plan piloto a la espera de poder aplicarlo a los demás barrios residenciales del área histórica esperando mejorar las condiciones de vivienda de sus habitantes, recuperar el patrimonio arquitectónico y fortalecer la imagen urbana residencial siendo aproximadamente siete inmuebles con 140 unidades de vivienda concluidos en ese año (Ortiz, Peralta, & Moreira, 2004)
- La Licuadora.- Edificio inaugurado en el año de 1973 ubicado en una cuadra del barrio entre las calles Caldas y Briceño. Lugar que marcó el límite para la selección de edificios patrimoniales en el año que Quito fue declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad y en donde se derrumbaron varias casonas para la construcción de dicho edificio. Según el arquitecto Alfonso Ortiz se cometió un grave error de delimitación del espacio urbano ya que el límite debió estar una cuadra más al norte, es decir en la calle Briceño y así haber protegido dichas casonas, a la vez que al frente se encuentra el parque La Alameda, el cuál hubiera sido un elemento de transición menos violento entre el Quito histórico y moderno que la que existe ahora (Estupiñan, 2014).

3. CAPITULO III: CARACTERIZACIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN DE PERCEPCIÓN Y ESPACIO URBANO EN TORNO AL TURISMO

3.1. Percepción

En las últimas décadas la investigación y estudio de la percepción ha sido objeto de creciente interés y debate por parte de la comunidad científica, ya que explicada de manera general dicho término ayuda a describir la visión que tienen los diferentes grupos sociales sobre el mundo en el que vivimos (Vargas, 1994).

El problema de la percepción, ha dado lugar a un importante debate y ha sido durante mucho tiempo preocupación de filósofos; siendo el mayor abismo de la percepción las siguientes preguntas: ¿Cómo es que la experiencia perceptiva es una apertura el mundo independiente de la mente?, ¿Es que algunas de esas experiencias son en sí mismas relaciones no representaciones con objetos ordinarios?, todas relacionadas con el otro gran problema de la filosofía que es el conocimiento (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2005). Por otro lado, Breuer (2015) tratando de esclarecer todas estas interrogantes brinda una definición filosófica sencilla, alegando que la percepción está basada en las experiencias y a una existencia como sujetos que están presentes y son auto-identificados a través del espacio y el tiempo, puesto a que al pensar en percepción como una mera sensación sin objeto es como pensar en triángulos que no tienen tres esquinas; dicho de otra manera la percepción está condenada a una existencia física y corporal.

Frente a toda esta discusión, Ardila (1980) menciona que la percepción es un problema heredado de la filosofía, volviéndose el problema más antiguo de la psicología y quizá también el más actual. Al ser esta de alguna manera una ciencia naciente, trata de presentar una nueva metodología para responder a la pregunta referente a la relación entre el estímulo (objeto) y la sensación (sujeto), teniendo como resultado el apareamiento de algunas escuelas psicológicas como la Gestalt (basada en la filosofía kantiana) y también con el surgimiento de la psicofísica de Weber, Fechner y otros; todas cuya problemática central seguía siendo la percepción. Bartley (1980), señala que es adecuado retener la percepción dentro de un sistema psicológico debido al hecho de que está constituida por mecanismos corporales, puesto que ningún otro concepto psicológico vincula firmemente lo que el individuo hace con las formas a través de las cuales se establecen las relaciones entre su conducta y el mundo físico (fuente primaria de estímulos).

Por otro lado, la rama de la fisiología también ha tomado gran parte en la investigación de la percepción, debido a que esta obedece a los estímulos cerebrales logrados a través de los cinco sentidos (vista, gusto, olfato, tacto y oído), siendo el cerebro el que llega a transformar casi de modo instantáneo todos los mensajes sensoriales recibidos incluso desde la niñez (Freeman, 1991), desarrollando tres procesos cognoscitivos estrechamente relacionados entre sí, a los cuales Forgas (1978) los divide en tres: percepción, aprendizaje y pensamiento. Por lo tanto y en respuesta a toda esta lógica Day (1973), afirma que la percepción depende en gran parte de la experiencia que la persona tenga en el medio en que se desenvuelva desde su infancia. Vargas (1994), corrobora toda esta información puesto que alega que la percepción cataloga la realidad a través de códigos o estructuras significantes, refiriéndose a los elementos sobre los que se clasifican las experiencias sensoriales, se organiza e influye el entorno percibido, siendo este el cual se moldea por circunstancias sociales y a la cultura de pertenencia de la persona; es decir todos los hábitos, aprendizajes, costumbres, enseñanzas, etc., que tiene el ser humano desde la infancia.

Debido a los diferentes puntos de vista y las diferentes ramas científicas desde las cuales se puede abordar a la percepción, es común encontrar diversas definiciones. Carterette y Friedman, citado en Arias (2006), dan esta definición sencilla sobre la percepción: viéndola como una parte básica de la conciencia donde constan hechos de la realidad según como sea experimentada, y dando como resultado el procesamiento de información que consta de estimulaciones que en cada caso se debe a la propia actividad del sujeto. Oviedo (2004), toma como base la ya mencionada anteriormente teoría Gestalt (teoría de la forma), ya que sus autores consideran a la percepción como un proceso fundamental de la actividad mental, y existe consenso científico en calificar los aportes de este movimiento como uno de los esfuerzos más específicos y sistemáticos en la producción de sus principios explicativos.

La Gestalt debatió la definición copernicana, la cual aseguraba que la percepción era un derivado cerebral de estados sensoriales donde la mente era una blanda masa moldeada sistemáticamente por la influencia de las sensaciones, siendo esta tan solo una hoja en blanco sobre la cual escribe la experiencia. Indicando por el contrario que la percepción, no está bajo la información procedente de los órganos sensoriales, sino que es ésta la que regula la sensorialidad estableciendo la entrada de información y garantizando que dicha

información permita la formación de abstracciones (juicios, conceptos, etc.), dicho de otra manera, la percepción es un proceso de extracción y selección de información relevante encargada de generar un estado de claridad y lucidez. Finalmente, se puede afirmar que de la enorme cantidad de datos arrojados por la experiencia sensorial (luz, calor, sonido, impresión táctil, etc.), los sujetos perceptuales son los que toman tan sólo aquella información susceptible de ser agrupada en la conciencia para generar una representación mental (Oviedo G. , 2004). Arias (2006), reafirma esta definición expuesta por la Gestalt y añade que se han realizado estudios de la percepción de personas o percepción social, las cuales han estado muy ligadas a la percepción de objetos, pues cuando se perciben ambas se crea un orden, siendo una de esas formas de organización el crear categorías, tendiéndose a buscar elementos invariantes de los estímulos que se perciben.

La percepción social, es un término que surgió para poder indicar la forma en que el medio social afecta a los procesos perceptuales, pero con el tiempo se extendió y llegó a incluir los mecanismos de percepción de los otros, la información de impresiones, el reconocimiento de las emociones, la percepción que el individuo tiene de su medio físico y social, etc. Existen varios enfoques y puntos de vista de la percepción social desde un proceso selectivo, dinámico y funcional, ya que está basado en las motivaciones y experiencias de los receptores en el proceso de percepción del mundo natural. Arias (2006), finalmente afirma que a la percepción social se la puede entender de tres maneras: los efectos del medio sobre la percepción, las percepciones de las personas, la percepción del medio ambiente y finalmente que los aspectos funcionales de la percepción constituyen el soporte teórico que permite explicar la relación percepción contexto social. Dichos estudios, se vienen realizando desde la década de los años ochenta en los Estados Unidos y en Europa. En la actualidad, tienen como objetivo fundamental responder a determinadas interrogantes y analizar sus respuestas con el fin de orientar la cultura y el desarrollo científico-técnico de una sociedad. Las principales interrogantes a las que responden este tipo de estudios son:

- El tipo de acciones puestas en marcha por diferentes niveles administrativos (regional, nacional, europeo), para promocionar la conciencia pública de la ciencia y la tecnología.
- El grado de aceptación social de determinados desarrollos científicos y tecnológicos, y el tipo de público al que son dirigidos.

- La correspondencia que existe entre la imagen pública de la ciencia con relación a las actividades emprendidas por los diferentes agentes sociales.
- Los agentes involucrados en las actividades de divulgación científica y en la toma de decisiones sobre las implicaciones sociales de ciencia y tecnología.
- Los valores sociales atribuidos a quienes ejercen la actividad científica. La percepción de los beneficios, limitaciones y riesgos de la investigación científica y los productos tecnológicos.
- Las posibilidades de aumentar el conocimiento mutuo entre agentes sociales (sector público y privado, investigación, medios de comunicación, comunidad educativa y científica), lo que permite determinar cómo se deben hacer las cosas desde diferentes áreas científicas para una correcta divulgación, así como facilitar la conexión entre los académicos, los responsables de la política científica y los comunicadores de la ciencia Felt citado en Pino (2007).

La percepción es y será un tema significativo. Ha sido ampliamente estudiado y debatido por años desde diferentes ramas científicas que la ven como un proceso gracias al cual el sujeto se relaciona con su medio, ofreciendo la materia prima sobre la cual se confirman las evidencias ya que, al percibir el individuo interpreta, discrimina, identifica objetos que son experimentados como existentes en el ambiente y crea juicios u opiniones sobre los mismos. Su estudio proporcionará parámetros y bases fundamentales para entender diferentes tipos de realidades, para luego poder ejecutar planes de acción frente a cualquier problemática (Bartley, 1980).

3.2. Turismo y percepción

El turismo es un sector de la economía de importancia global, ya que en este mundo de la globalización donde el cambio es constante, el turismo tiende a mejorar la economía de los países en desarrollo y también a la población que en ella habita (Eruotor, 2014).

La complejidad y multiplicidad del proceso turístico, pueden ser exploradas desde diferentes ámbitos y/o perspectivas científicas como: social, ambiental cultural, económico, etc., ya que el turismo es un sector dinámico que causa impactos múltiples y profundos en el territorio según Vera et al., citado en (Márquez & Sánchez, 2007). Boisier citado en García, et al., (2017) señala que el turismo es un instrumento fundamental para

la integración y participación de sus moradores, ya que uno de los objetivos principales del desarrollo local, es que las comunidades puedan asumir sus propios procesos de cambio social y sean partícipes en el rescate de los niveles productivos e identificación de recursos para su utilización. Resolviendo así, sus problemas sociales y económicos, para que finalmente cada individuo tenga la capacidad de desarrollarse plenamente.

Durante años, ha existido la intención de los países y gobiernos de medir o conocer la percepción de la comunidad sobre un fenómeno determinado, ya sea para conocer la satisfacción de los pobladores con una obra social, salud, cultura o el impacto de una política dada. Se cree que a finales de los años noventa del pasado siglo y principios del siglo XXI, surgió un interés creciente en el ámbito empresarial y turístico por integrar la percepción en las investigaciones y planes de desarrollo, no solo la del turista o consumidor, sino también de la comunidad puesto que la percepción genera conocimiento, debido en gran parte, a que se hace tomar conciencia de las interacciones de los grupos humanos con su entorno. (García, Serrano, Osorio, & López, 2015)

Como consecuencia a toda esta dinámica que se ha venido desarrollando en las últimas décadas, numerosos autores destacan la importancia que tiene la interacción entre turistas y moradores para que exista una relación armónica y saludable en el lugar. Siendo así que cada vez más países, ciudades, zonas, etc., han venido realizando diversos estudios sobre percepción en el ámbito del turismo, ya sea desde la perspectiva de turistas, población local o ambas en pro del lugar (Gutiérrez, 2009).

Siendo el objetivo principal de este estudio el analizar las percepciones de los moradores del BSB, Andriotis y Vaughan, citado en Gutiérrez (2009), proponen que estas percepciones se deberían evaluar constantemente o periódicamente, para así poder tomar medidas a tiempo, ya que ayuda a los planificadores a identificar las verdaderas preocupaciones y problemáticas que pueden tener sus residentes para luego, poner en marcha políticas apropiadas que puedan optimizar beneficios y minimizar problemas percibidos.

La planificación del turismo es fundamental, pues la carencia de este procedimiento puede generar impactos sociales, económicos y ecológicos de carácter irreversible. Sin embargo, se ha demostrado a largo plazo que si se la realiza traerá beneficios significativos, mantendrá mercados turísticos satisfechos y finalmente, si el alcance permite mayores oportunidades para el desarrollo exitoso, buscará garantizar y mejorar

las condiciones de vida en las áreas social, cultural, económica y ecológica de sus moradores (Monterrubio, 2009).

Finalmente para un adecuado proceso de planificación turística la importancia de la comunidad residente es esencial, su participación da una mayor colaboración y legitimidad del turismo como política de desarrollo económico. Sus actitudes frente a este fenómeno son de suma importancia ya que, si no son positivas pueden entorpecer la actividad y es por eso que la realización de estudios que tienen como objetivo conocer la percepción de la población local, permite medir el apoyo de gente del desarrollo turístico actual e incluso a futuro, para que planificadores políticos, económicos y turísticos puedan proponer mejoras y planes estratégicos (Brida, Riaño, & Zapata, 2012).

3.3. Espacio urbano

En la actualidad, las ciudades se han ido convirtiendo en los principales centros de concentración poblacional en la mayor parte de los países del mundo. Son los polos económicos y los ejes políticos que van determinando gran parte de las transformaciones sociales que han impactado directamente en la ciencia, en los estudios de la ciudad y del espacio urbano (Márquez U. , 2014).

La ciudad es un territorio que a su vez tiene un ordenamiento jurídico. Es en donde se desenvuelven grupos sociales, siendo los ciudadanos y el uso que hacen del espacio construido un lugar donde se funden las culturas y las razas, causando así heterogeneidad en su población debido a la variedad de profesiones, habilidades, actitudes y comportamientos. Definiéndolo así un lugar de suma diversidad social y cultural (Capel, 2003). Es aquí en el corazón mismo de las ciudades, donde los ambientes urbanos existen como resultante de procesos de formación/transformación, es decir, espacios de alto valor añadido por tener una posición privilegiada, objeto de todo tipo de proyectos de reconversión a nuevas actividades urbanas e incluso presión de transformación a la que apenas puede contraponerse en ocasiones la voluntad de no destruir al menos la parte de mayor valor del patrimonio arquitectónico. Estos espacios han sido analizados desde la geografía urbana y el urbanismo, puesto que van desde los núcleos históricos a los espacios de crecimiento de primera industrialización, etc. (Vilanova, 2003).

Los espacios urbanos, son áreas de la ciudad denominadas “densas” debido a la diversidad de usos y actividades. De igual manera, es un espacio donde se ha intervenido con mayor ímpetu como consecuencia de la presión social, siempre con la finalidad de causar

mejoras en términos de reurbanización y rehabilitación del espacio residencial (Vilanova, 2003). Por otro lado Mariani (2013), añade que el espacio urbano es limitado y es así que los diferentes mercados del suelo se disputan su mejor localización según sus propias necesidades para finalmente definir sus rasgos más característicos que son su extensión y su alta densidad de población.

No obstante, Gehl (2010) brinda una nueva perspectiva al decir que estos espacios también son lugares tradicionales puesto que se los puede entender como un sitio de encuentro y foro social para sus habitantes, pero que lamentablemente debido al ruido, la contaminación, la poca cantidad de espacio, riesgos de accidentes y condiciones de uso generalmente deplorables, son el panorama usual con el que deben enfrentarse las personas en la gran mayoría de dichas zonas y por ende de las ciudades. Todos estos inconvenientes, que dificultan hacer un lugar en las ciudades para la dimensión humana, al parecer con el tiempo se intensifican, debido a que la competencia por metro cuadrado se intensifica y las posibilidades de lograr una buena calidad de vida urbana para la población disminuye.

En general, dichos espacios surgen de manera fragmentada en el tiempo y en el espacio, a veces antes o después de la implantación de la infraestructura, es decir no existe o suele haber una proyección a futuro coherente y frente a estas nuevas realidades existe un territorio físico puesto en permanentemente tensión por la presión urbanizadora (Vilanova, 2003). Es por todas estas problemáticas que Gateau (2006) propone un modelo de urbanización para que dichos espacios sean lugares de convivencia y redistribución social, puesto que el planeamiento urbanístico integra planes directores y de mejora urbana para un crecimiento ordenado y sostenible. Chong, Carmona & Pérez (2012), corroboran al señalar que para la creación de cualquier tipo de proyectos, ya sean arquitectónicos o urbanos donde se creen espacios funcionales en sitios específicos, se debe integrar procesos físico-bióticos y socioculturales; siendo así donde radica la importancia del análisis del sitio y entorno, para integrar las necesidades humanas en pro de evitar problemáticas como desigualdad social, degradación ambiental, entre otros.

El BSB, ha tenido un crecimiento desordenado y ha sufrido un gran número de intervenciones, a su vez, se ha visto desmejorado debido al aumento de población y comercio desmedido. La reactivación de la vivienda, mejora o aumento de la iluminación, recolección sustentable de basura, generación de actividades nocturnas, etc., son algunos

puntos importantes a considerar para poder reactivar la zona con el fin de devolver la vitalidad al espacio urbano para beneficio de su gente (Almeida, 2013).

3.3.1. Participación Ciudadana en Espacios Urbanos

La participación ciudadana es necesario en las sociedades modernas. Su inclusión en la legislación es novedosa y sobre todo, ha sido útil para conocer y considerar las necesidades de la sociedad en el medio urbano. Sin embargo, para lograr sus objetivos, se requiere que coadyuve con la autoridad de manera constante y ordenada, para así, de manera coordinada, se encaminen los esfuerzos dirigidos al bien común y la justicia social anhelada por toda sociedad (Sánchez, SF).

La incorporación de la ciudadanía en la gestión pública, va más allá de la formulación de planes, abarca el ciclo de las políticas públicas con dispositivos participativos de control presupuestario, seguimiento participativo en la ejecución de políticas, y evaluación participativa de resultados; y está en conexión con las demás instituciones de la Función de Transparencia y Control Social (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2011)

Todo proceso de toma de decisiones relacionadas con un proyecto urbano tendrá un impacto en la población que habita tanto en ese territorio como en su entorno. Este proceso de toma de decisiones consiste básicamente en el enfrentar y establecer la negociación de los diversos intereses que estén presentes en un mismo territorio. Para un resultado sustentable en el tiempo y satisfactorio para las partes, es fundamental que este proceso ponga el énfasis en los agentes y actores del territorio, buscando que los procesos de toma de decisiones conjuntas se arraiguen firmemente en las rutinas cotidianas y dinámicas de un área territorial determinada (Ministerio de Vivienda y Urbanismo - Minvu, 2010).

Finalmente, la participación activa de las personas (naturales, jurídicas, etc.) que forman parte de la zona de San Blas/ La Tola Colonial, es de suma importancia para la generación de cualquier tipo de proyecto o plan en pro del barrio, ya que así estos podrían tener una oportunidad, consistencia y un resultado sostenible en el tiempo.

3.4.Espacio urbano y turismo

La relación existente entre el turismo y zonas urbanas, es una situación ampliamente debatida hoy en día debido a la reordenación o regeneración que implica realizar en las ciudades, urbes y/o núcleos turísticos (González, 2002).

El turismo, ha conseguido exteriorizarse y ser relevante por medio de mejoras o avances al diseñarse recorridos turísticos utilizando recursos o bienes que se fortalecen continuamente de manera alternativa. Es así, como con los casos del turismo de: innovación social, cultural, rural-urbana, eventos científicos, eventos sociales, shopping, gastronomía, turismo de identidad cultural, etc., los sistemas de transporte, arquitectura, preservación patrimonial, servicios turísticos, fiestas tradicionales, regeneración urbana, espacios de integración, oferta eco urbana y muchos más, son los elementos que atraen la atención de viajeros extranjeros (Bejarano, Torres, Saldarriaga, & Urrego, 2017).

Existe un debate sobre el turismo cultural urbano ya que comprende el sector cultural y el turístico. No obstante, la cooperación entre los dos es elemental pero cada uno habla su propio idioma y obedece a sus propios objetivos. El turismo cultural urbano ha ido en aumento en las últimas décadas y este crecimiento se prevé que tenga efectos económicos positivos para las ciudades. Sin embargo, es importante tener en cuenta los posibles efectos negativos que pueden representar la llegada de un gran número de turistas a las urbes y es así, que estas deben confeccionar una estrategia clara en cuanto al tipo de turismo que se desea desarrollar; en particular el caso de los cascos urbanos históricos y las ciudades que forman parte de la Lista del Patrimonio Mundial (Organización Mundial del Turismo y Comisión Europea de Turismo, 2005).

Para una buena gestión del destino y que este se pueda mantener competitivo a largo plazo, es de suma importancia el conocer su situación y evolución. Es preciso tener y recabar toda la información posible para así actuar, gestionar y planificar. Al parecer lo más conveniente es tener o crear un observatorio de turismo para así cumplir con los objetivos, a su vez es esencial que dichos datos sean recopilados siempre de manera continua debido a que el destino/producto turístico va evolucionando o alcanzando diferentes rumbos. Es preciso también que los gestores estén muy atentos a dicha evolución, para así poder actuar con cordura y rapidez frente a las situaciones que puedan suscitar y continuar con el rumbo marcado a un desarrollo sostenible (Hernández, Sánchez, & Ginés, 2008).

3.5. Espacio urbano – San Blas, Quito

En los últimos cinco años en la ciudad de Quito la llegada de turistas parecía ir en aumento, sin embargo se ve claramente una caída del 12% en el año 2016, para luego mostrarse un ascenso nuevamente (Ilustración 14). Es curioso ver que casi de la misma manera sucede con la cantidad de establecimientos turísticos en la ciudad, pues a partir del año 2016 se aprecia un pequeño incremento luego de un descenso del 2% en los negocios (Ilustración 15).

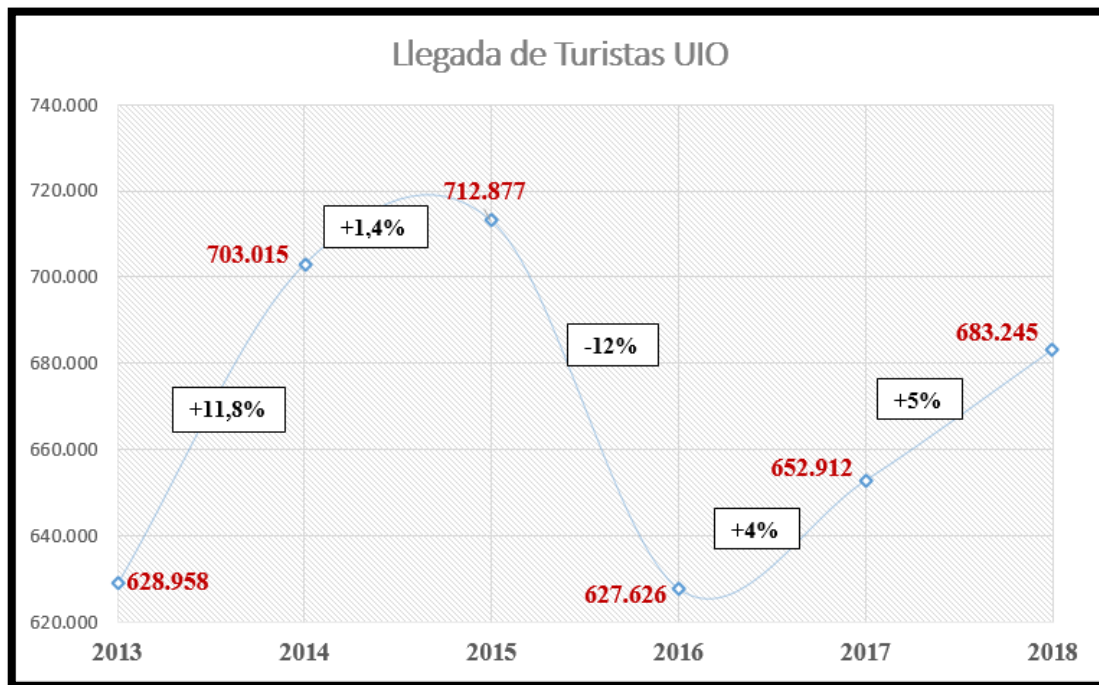


Ilustración 13. Cuadro Comparativo Llegada Turistas UIO
Fuente: Elaboración Propia. Basado en Quito en Cifras, 2018

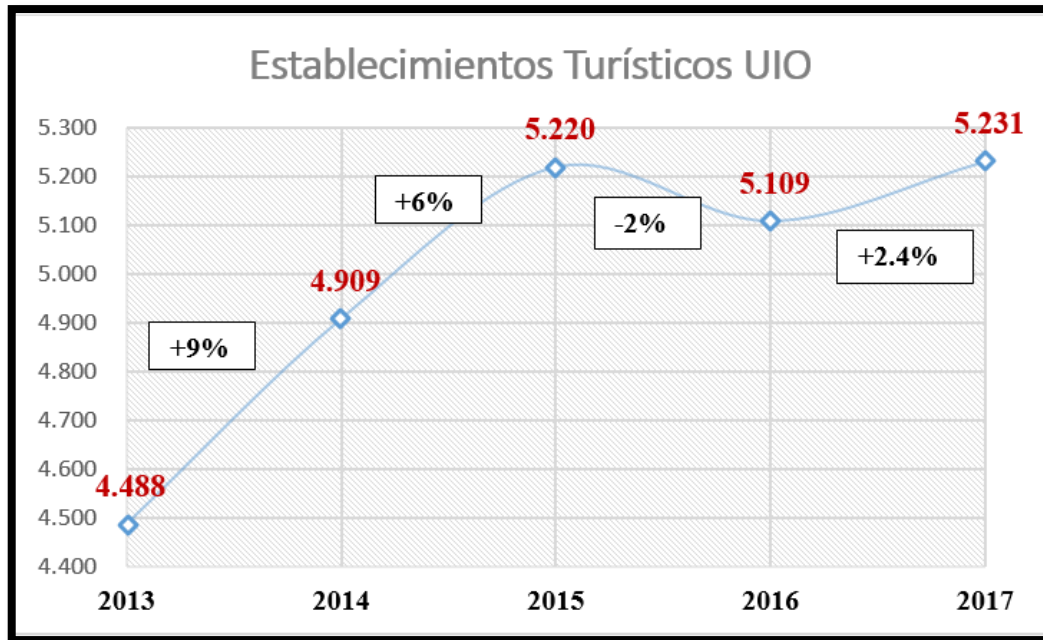


Ilustración 14. Cuadro Comparativo Establecimientos Turísticos UIO
Fuente: Elaboración Propia. Basado en Quito en Cifras, 2018

En San Blas y sus alrededores, la actividad turística se ha venido desarrollando de manera sorprendente en los últimos años, pues hoy en día cada vez aparecen nuevos emprendimientos y/o establecimientos turísticos que están llamando la atención de turistas, moradores, comerciantes, etc., ya que tan sólo en la calle José de Antepara se puede encontrar alrededor de cinco hosterías y siete lugares para comer (picanterías, cafeterías, entre otros). Cabe mencionar, que han aparecido negocios afines para satisfacer las necesidades de los turistas como: agencias de viaje, lavanderías, peluquerías, tienda de artesanías, etc. (El Comercio, 2016).

Todos estos emprendimientos son parte también de una iniciativa llamada “Barrios Vivos”, la cual comprende en crear circuitos que constituyan visitas a estos sitios a través de galerías de arte, cine, música, gastronomía y cerveza artesanal, buscando recuperar los escenarios y revitalizar zonas emblemáticas no solo de San Blas, sino también de la Tola y la Marín pues son barrios de enorme tradición quiteña que por descuido, inseguridad, prejuicios entre otros, se creían perdidos sobre todo para su gente (Ecuador Travel, 2017).

La zona, poco a poco se ha convertido en el destino preferido sobre todo por mochileros. En principio fueron los hostales Secret Garden y Colonial House los que se arriesgaron en ofrecer hospedaje a extranjeros a bajo coste. Poco después Marco Fiallo decidió remodelar la casa de sus progenitores para convertirla en el Community Hostel, el cual

tiene una tasa de ocupación anual del 90% recibiendo un promedio de 800 turistas de diferentes lugares del mundo (El Comercio, 2017).

Toda esta evolución, ha hecho que cada vez más personas y negocios aparezcan en el barrio y es así que gracias al catastro de establecimientos relacionados al turismo enviado por el Mintur y a la lista de socios de la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ, se pudo identificar los diferentes emprendimientos que hoy en día están en la zona. Se identificaron aproximadamente catorce establecimientos de alojamiento para extranjeros, alrededor de dieciocho negocios de alimentos y bebidas (restaurantes, cafeterías, cervecerías, bares) entre los cuales sobresale la Cervecería Brewing, El Café San Blas, La Oficina y finalmente también se pudo determinar a las agencias de viaje y operadoras que operan en el sector como: Community Adventures, Carpe DM Adventures, Latina Real Tours y Latin Adventures Tours Operator.

En cuanto a las rutas turísticas que se pudieron identificar que tienen su desarrollo en el sector de San Blas son: El Free Walking Tour Quito y el Food Tour. Ambos por iniciativa de Alberto Bueno y Ovidio Luque en asociación con el Community Hostel. El primer tour es “gratuito” donde solo se pide una contribución de “tips”, tienen su inicio en la parte trasera del Mercado Central de San Blas para luego entrar y posteriormente continuar por las calles del CHQ. En cuanto al “Food Tour”, se ofrece un recorrido por las llamadas “huecas” de rica y tradicional comida del sector. Se desarrolla cada viernes y tiene inicio en las instalaciones del Community Adventures, continua por la calle Vicente León para bajar por la calle Don Bosco y finalmente dirigirse a la calle La Ronda. A su vez Ovidio menciona que está en proceso de desarrollar tres rutas más y esperan lograrlo este año (O. Luque, comunicación personal, 16 de mayo del 2018).

Finalmente, muchos de los empresarios se están organizando y tomando medidas para fortalecer la zona, negocios y mejorar los servicios. En el año 2015 se formó la Asociación de Hoteles y Hostales del Centro Histórico y para el año 2017 ya contaba con alrededor 40 socios, de los cuales al menos 35 tenían negocios de hospedaje en la Tola Colonial/ San Blas siendo uno de sus objetivos el poder consolidar al sector como una nueva Zona Especial Turística (ZET) al igual que La Mariscal y el Centro Histórico; además de conseguir beneficios para los socios y poder gestionar obras en el sector. Todo siempre pensando en la satisfacción del turista y del barrio (El Comercio, 2017).

4. CAPITULO IV: ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE MORADORES DE SAN BLAS EN CUANTO AL FENÓMENO TURÍSTICO.

4.1. Metodología

La propuesta metodológica para la investigación contempló el análisis de datos cualitativos, entendidos como una categoría de diseños de investigación donde se extraen descripciones a partir de observaciones, entrevistas, registros escritos, etc., (Pérez G. , 2002) y de datos cuantitativos, los cuales son datos recolectados que se analizan de forma numérica a través de conceptos y variables (Blaxter, Hughes y Tight, 2002). Para su recopilación se utilizaron los siguientes métodos.

- a) Revisión bibliográfica con el objetivo de:
 - Describir los datos demográficos y geográficos del barrio de San Blas como espacio urbano a estudiar en esta investigación.
 - Determinar elementos teóricos conceptuales de las percepciones de los moradores de la comunidad en torno al turismo.
- b) Entrevistas semiestructuradas.- Dirigidas a diferentes actores sociales institucionales públicos y privados como: Quito Turismo, representantes barriales claves, empresarios turísticos, etc.

Una vez definidos los elementos teóricos conceptuales y utilizando como base las dimensiones de percepción del estudio realizado en la comunidad de San Pedro de Tultepec - México por García, Serrano, Osorio y López (2015) se realizaron encuestas de percepción.

Posteriormente se intentó establecer contacto para colaborar con un taller participativo y llevar a cabo una dinámica de grupo con los actores del barrio para luego definir algunas directrices a realizar en pro de una planificación turística que ayude al sector. Sin embargo pese a que se hizo una convocatoria abierta a los moradores y demás en la Casa Somos de la Tola 1 (P. F. Cevallos y Chile) el martes 28 de agosto del 2018 a las 6:30pm, no hubo acogida.

Debido a que este escenario era una posibilidad, se lo tomó en cuenta previamente ya que la no participación es una realidad. De igual manera al final de este apartado se presenta un plan estratégico el cual se considera que podría beneficiar al desarrollo de la actividad turística en el BSB.

4.2. Estudio cualitativo

En cuanto a este método el cuál según Quecedo y Castaño (2002) produce datos descriptivos, las propias palabras de las personas ya sean habladas o escritas y la conducta observable. Tiene inicio con la recolección de datos, las cuales pueden ser observaciones, entrevistas, documentos escritos, etc., y a partir de esto clasificarlas para generar constructos y categorías. Luego, mediante estrategias adecuadas analizar dichos datos con el propósito de reconstruir las categorías específicas que los participantes emplean en la conceptualización de sus experiencias y concepciones.

En principio, se visitó las instituciones públicas o entes rectores que están a cargo del barrio. Es así que en la Administración Zonal Manuela Sáenz brindaron información descriptiva del CHQ en los diferentes ámbitos: social, económico, histórico, etc. Mientras que la Dirección Metropolitana de Desarrollo Urbanístico colaboró con el número de la población y delimitación exacta de sus calles. Posteriormente, se visitó el Ministerio de Turismo (MINTUR), el cual apoyo con un catastro oficial de los diferentes tipos servicios turísticos, de alimentos y bebidas, etc., legalmente constituidos dentro del perímetro de estudio para así conocer la cantidad, el tipo y la variedad de servicios existentes (Tabla 1) en el barrio. Sin embargo, durante la investigación se pudo identificar muchos más establecimientos de comidas y bebidas, hospedaje, entre otros., lo cual se podría entender que tal vez la información enviada por el MINTUR no está actualizada, existe alguna falla en el sistema de datos o dichos establecimientos no están legalmente constituidos.

Actividad	Tipo	Nombre Establecimiento	Dirección
Alimentos y Bebidas	Fuente de Soda	Heladería Multisabor	Guayaquil y Caldas
		Jugos Olga Cepeda	Pichincha y Olmedo
		Guaytambo	Don Bosco y León
	Cafetería	Aguas Aromáticas	Pichincha y Manabí
		Café Alhambra	Guayaquil y Briceño
		Regio Café	Olmedo y Montúfar
	Restaurante	Blanquita	P. F. Cevallos y Antepara
		Manizales	Guayaquil y Briceño
		Forastero Don Bosco	Pichincha y Don Bosco
		Cocina Quiteña	P. F. Cevallos y Oriente
		Café San Blas	Antepara y León
		Buen Pollo Carmita	Antepara y P.F. Cevallos
		Vista Hermosa Café Mirador	Samaniego y Antepara
		David Pollo San Blas	Guayaquil y Briceño
		Café Mosaico	Samaniego y Antepara
		Pollo Forastero	Olmedo y Pichincha
		El Rincón del Sinai	Olmedo y Pichincha
Caldos de la Tola	Don Bosco y Pedro Calixto		
Tian Xing	Pichincha y Chile		
Alojamiento	Hostal	Guayunga	Antepara y León
		Belmont Plaza	Antepara y León
		The Secret Garden	Antepara y Ríos
		Chicago	Ríos y Briceño
		Dawn's Lodge	Esmeraldas y Ríos
		Casa Carpedm	Caldas y Ríos
		Colonial House INN	Olmedo y Leon
		Kinde House	Olmedo y Leon
		Quito Backpacker Guest House	Oriente y León
		Community Hostel	P.F. Cevallos y Olmedo
		San Blas	Caldas y Pichincha
		Chicago	Los Rios y Briceño
		Huasi Lodge	Olmedo y Los Ríos
		Leon	Don Bosco y Pichincha
Operación e Intermediación Turística	Agencia de Servicios Turísticos	Carpedm Adventures	Antepara y Ríos
		Community Adventures	P.F. Cevallos y Olmedo
		Latin Adventures D.J.G Tour Operator	Caldas y P.F. Cevallos
		Latina Real Tours Ecuador	José de Antepara, Quito 170136
Transporte Turístico	Transporte Terrestre	Transcarpedm	Caldas y Los Ríos

Tabla 1. Productos y Servicios Turísticos de San Blas
Fuente: Mintur, 2018

El barrio de San Blas es un anexo a lo que la población local denomina “La Tola Colonial”, el cual es un espacio geográficamente más amplio y las fronteras de por sí difusas se diluyen en un solo sector, razón por la que se realizó entrevistas personales con las personas detalladas a continuación, las cuales han contribuido a poder tener una perspectiva más amplia y real de la situación social, económica y turística de la zona (Anexo 6).

- a) Presidente del Comité Pro Desarrollo de la Tola Colonial
- b) Presidenta de la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ
- c) Vice-Presidente de la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ
- d) Presidente de la Asociación de Comerciantes del Mercado Central
- e) Promotor y Guía del Free Walking Tour Ecuador
- f) Policía UPC Tola Colonial - Cabo Primero
- g) Gerente General de la Operadora Latina Real Tours
- h) Coordinadora de Operaciones de Quito Turismo – Área de Desarrollo

4.3. Estudio cuantitativo

El presente trabajo propuso un estudio cuantitativo a través de encuestas, las cuales se realizaron junto con el apoyo de un grupo de encuestadores, de manera presencial en el barrio de San Blas durante el mes de julio del 2018, a personas que vivían o trabajaban en el barrio. En cuanto al modelo de encuesta, las preguntas fueron tipo escala Likert de grado cinco a 351 personas. Su selección fue de forma aleatoria a moradores, estudiantes, comerciantes y en general a aquellas personas que han permanecido en el barrio desarrollándose en diferentes ámbitos. Dicho cuestionario, está basado en la metodología de autores como Faulkner & Tideswell (1997 o 2010); Mason & Cheyne (2000) y sobre todo en la investigación de San Pedro Tultepec en México (2015) donde se analizarán los aspectos sociales, económicos y ecológicos:

- a) En el ámbito económico, Liu y Var (1986) observaron que los moradores suelen tener una sólida percepción de aumento de empleo, inversiones en la zona, negocios locales, mejoras en los ingresos por impuestos, ganancias personales e incremento de estándar de vida. No obstante, también indicaron la existencia de efectos negativos como un incremento en el coste de vida puesto que existe un incremento en los precios de bienes y servicios.

- b) En cuanto al aspecto social, Mason & Cheyne (2000) afirman que los impactos del turismo no consisten solo en el aspecto económico, es decir, no solo se basa en evaluar si la actividad está generando empleo y riqueza, sino también se incluyen los componentes socio-cultural y ambiental. Entre los beneficios que incluyen la dimensión socio-cultural están: la modernización, el intercambio cultural, cambio social, imagen mejorada de la comunidad anfitriona, mejora de la salud pública, mejoras sociales, educación, conservación. A su vez, diferentes estudios aseguran que es preciso que el turismo mejore el nivel de vida de los residentes. El impacto social, ha sido reconocido como apoyo para el desarrollo turístico dentro de las comunidades de acogida, puesto que para que una industria sea sostenible el turismo debe satisfacer las necesidades del nivel de vida de la población local a corto y largo plazo.
- c) En cuanto a la dimensión ambiental o ecológica, el medio ambiente en el contexto turístico incluye vida salvaje, campo, infraestructura y recursos naturales. Los beneficios ambientales son importantes y consisten en mejorar la infraestructura e incluir instalaciones recreativas, por lo tanto, los beneficios percibidos del turismo consisten en varios pilares y el desarrollo de este debería proteger a la local y cultura nacional, mejorar el bienestar social e individual y finalmente preservar el medioambiente circundante (Mason & Cheyne, 2000).

Sin embargo, gracias a observaciones y ajustes previos a la encuesta final, se consideró de vital importancia preguntar en principio si percibían o no turismo en el barrio ya que de otra manera había la posibilidad de condicionar las respuestas. Es por esta razón que la encuesta se dividió en la sección A y sección B (Anexo 15), donde a las personas que no percibían turismo se les hizo una pequeña encuesta paralela para conocer su opinión frente al desarrollo turístico; ya que el objetivo principal de esta investigación es conocer la percepción de aquellas personas que si perciben turismo.

4.3.1. Población y Muestra

La población tomada en cuenta para poder llevar a cabo dicha investigación fue de 4003 habitantes, dato basado en el censo realizado por el INEN en el año 2010 notificado por la Dirección Metropolitana de Desarrollo Urbanístico de Quito.

Usando la fórmula de cálculo de la muestra de poblaciones finitas y con un margen de error de 5%, el resultado de la muestra es de 351 encuestas (Ilustración 10).

$$n = \frac{z^2 pq N}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(1 - 0,5)(4003)}{0,05^2(4003 - 1) + 1,96^2(0,05)(1 - 0,5)}$$

$$n = 351$$

MUESTRA CON PROPORCIONES	
Variable	Valor
Población	4003
Intervalo de confianza	95%
Z	1,96
Probabilidad a favor	50%
Probabilidad en contra	50%
Error de estimación %	5%
Tamaño de muestra	351

Ilustración 15. Cálculo de muestra
Fuente: Elaboración Propia

Si bien es cierto, dicha población es tan sólo del número de habitantes del barrio y no de personas que se desarrollan en otros ámbitos (estudiantil, laboral, etc.), también se los incluyó en la misma para conocer su percepción debido a que permanecen entre ocho o más horas en la zona son parte de las diferentes dinámicas sociales que conforman el barrio.

4.3.2. Análisis de los Resultados

De acuerdo con el cálculo expuesto anteriormente se efectuó un total de 351 encuestas realizadas a personas que se encontraban realizando sus diferentes actividades en el barrio de San Blas durante las mañanas; contando con el apoyo de un equipo de encuestadores. A su vez, se pudo asistir a algunas juntas barriales gracias a la colaboración del presidente, las mismas que se realizaban por la noche. Dichas encuestas se realizaron en el lapso temporal de aproximadamente un mes, desde el 02 de julio del 2018 hasta el 20 de julio del 2018.

Debido a que dentro del barrio existen zonas con más afluencia que otras e incluso con marcadas diferencias se decidió dividirlo por cuadrantes donde se establecieron siete zonas para así poder determinar con mayor claridad y exactitud los resultados de la investigación.

localizan tres agencias de intermediación turística de todo el barrio, negocios de alimentos y bebidas, hospedaje, etc.

- Zona cuatro igualmente cuenta con la parte superior de la calle previamente mencionada, en este lugar existen algunos negocios que perciben positivamente a la actividad turística y se sienten beneficiados por la misma.
- Zona cinco, lugar de más cantidad de encuestados debido a la presencia de comercios y del Mercado Central. A su vez en la parte trasera de este se encuentra el Community Hostel y el famoso “Bandido Brewing”.
- En la zona seis pese a estar tan cerca de la zona cinco, empieza a tener un cambio de panorama ya que aquí se ubica el colegio fisco-misional “Don Bosco”. Además que hay la existencia de algunos negocios de comida que no son tan llamativos turísticamente pero si muy concurridos por las propias personas del barrio.
- Finalmente la zona 7 es la zona donde el porcentaje de personas que no percibían turismo es la más alta, aquí hay la presencia de una gran variedad de negocios pero turísticamente es un espacio donde la afluencia de turistas es casi nula.

De las 351 personas encuestadas fueron 291 personas que SI perciben turismo en las 7 zonas establecidas del barrio, lo cual significa un 82.91% de toda la muestra. La mayoría de encuestados fueron en la zona 3 y 5, esto se podría explicar a la gran afluencia de personas que se pudo observar en la zona donde se encuentran: mercados, comercios, emprendimientos y negocios de todo tipo incluido los turísticos. En cuanto a las personas que NO perciben turismo, fue un total de 60 personas que de igual manera se encontraron en las 7 zonas ya mencionadas, lo cual significa un 17.09% de toda la muestra. La mayoría de encuestados fueron en la zona 7, seguidos de las zonas 3 y 6 lo cual se podría justificar debido a que en estas zonas el turismo es escaso y el número de establecimientos turísticos es casi nulo (Figura 1).

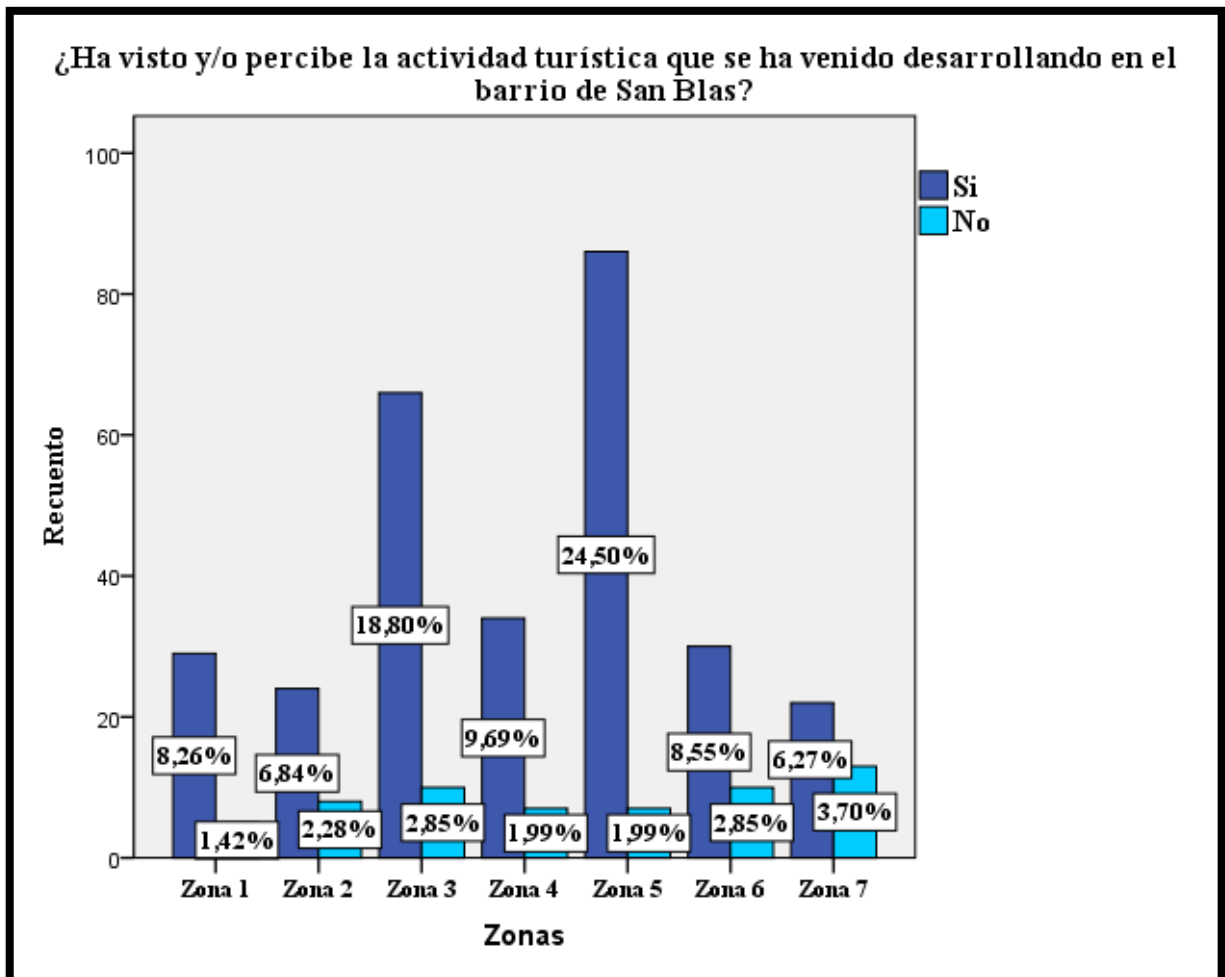


Figura 1. Comparativo de personas que SI perciben y No perciben turismo en el BSB

A continuación, los resultados están divididos en dos secciones: Personas que SI perciben turismo y personas que NO perciben la actividad.

ÍTEM	SI PERCIBE	NO PERCIBE	TOTAL
SI VIVEN EN EL BARRIO	164	27	191
NO VIVEN EN EL BARRIO	127	33	160
TOTAL	291	60	

Tabla 2. Número de encuestados
Fuente: Elaboración propia

4.3.2.1. *Personas que SI perciben turismo*

Empezando con los datos demográficos, el género femenino tiene gran predominancia en la muestra, representa el 64.92% del total de encuestados, mientras que el género masculino está representado por el 36.80% (Figura 2).

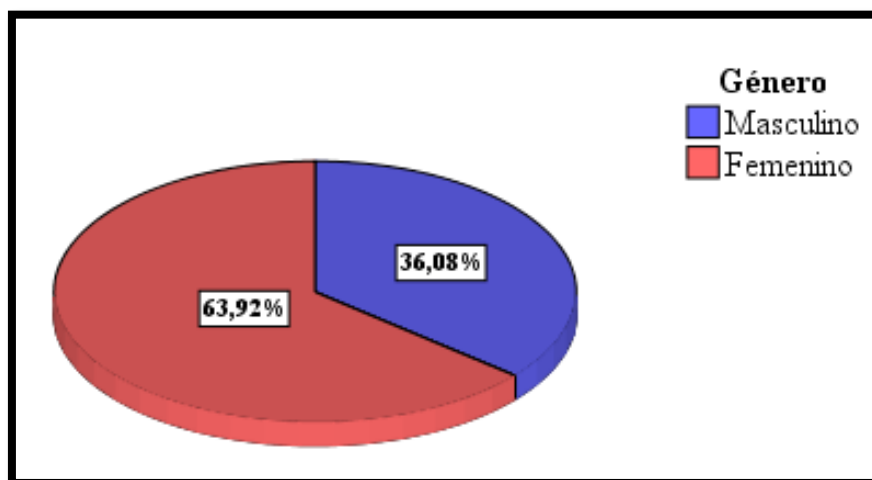


Figura 2. Género de los encuestados

Si bien es cierto el rango de edad predominante es de personas mayores a 60 años con un 22.86%, pero se puede ver que existe una gran concentración en entre personas de 21 a 60 años con un 73.88% siendo una población económicamente activa presente en el barrio (Figura 3).

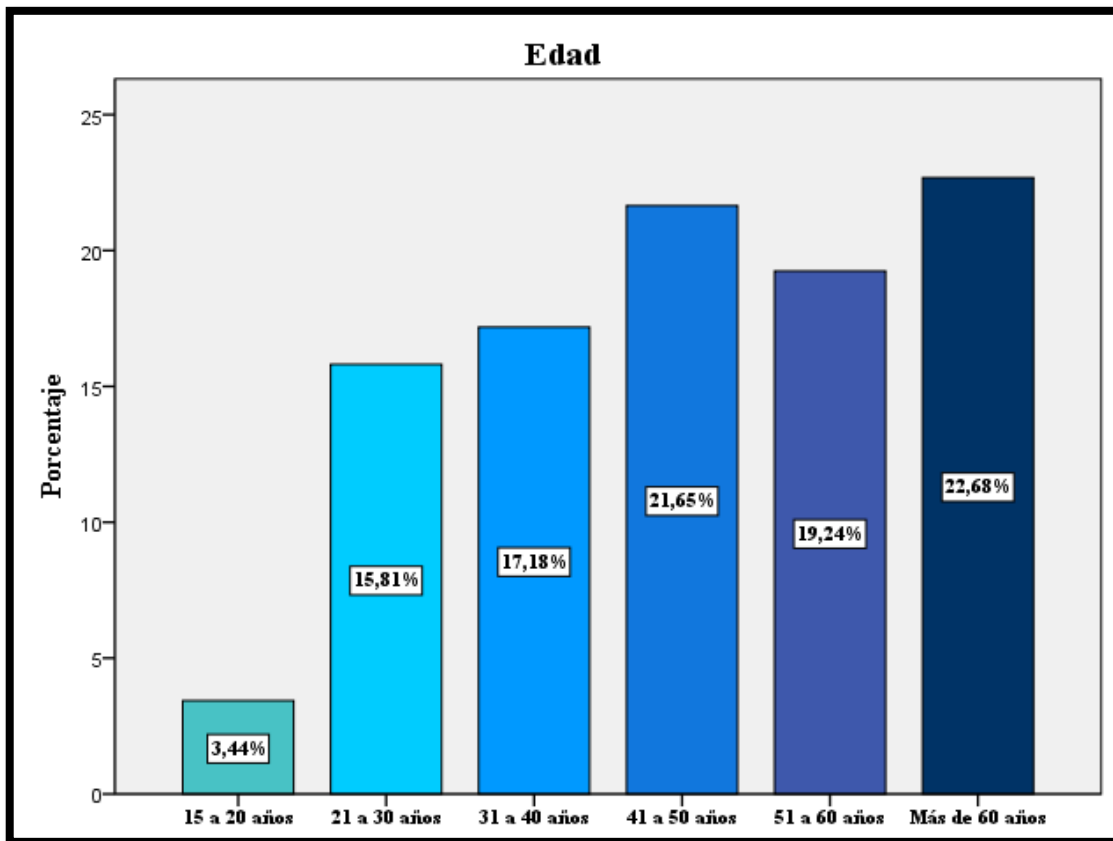


Figura 3. Edad de los encuestados

Del total de los encuestados que perciben turismo, aproximadamente la mitad de personas tienen tan solo un nivel de secundaria (Figura 4) y su ocupación es comerciante (Figura 5), lo cual no es de extrañar debido a la presencia del Mercado Central, los vendedores informales atrás del mismo y el sinnúmero de negocios que existen. Sin embargo la segunda ocupación predominante es “otros” pese a las variantes que existían en la encuesta, no obstante se podría afirmar que es debido a que hay una gran diversidad de labores que en un principio no se los tuvieron en cuenta como: artistas, tatuadores, modistas, zapateros, recolectores de basura, etc.

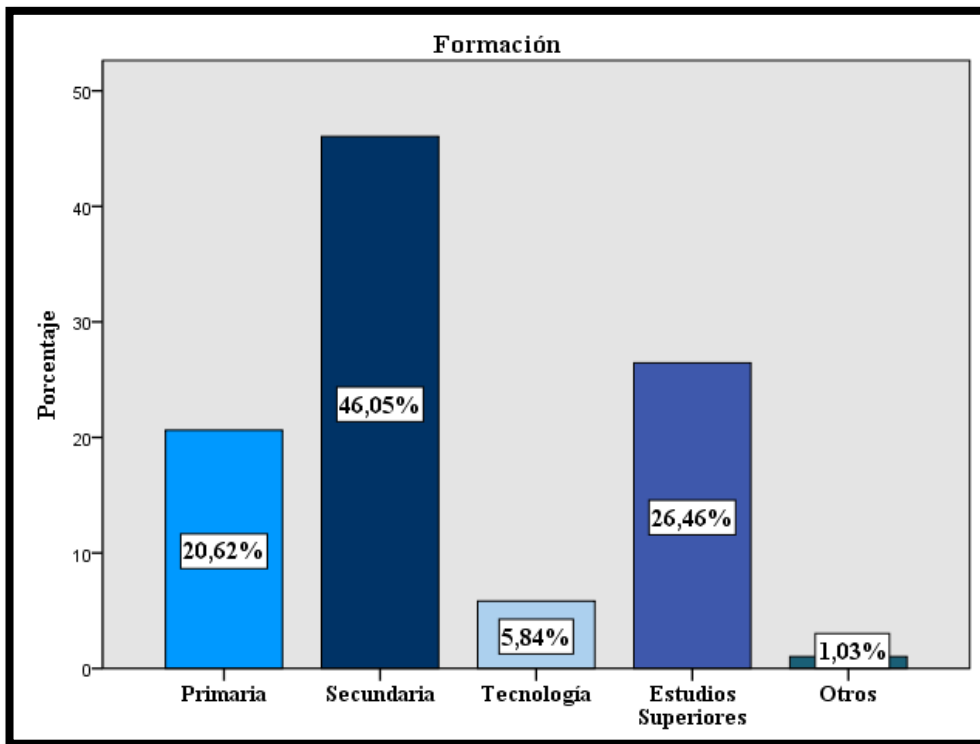


Figura 4. Nivel de formación de los encuestados

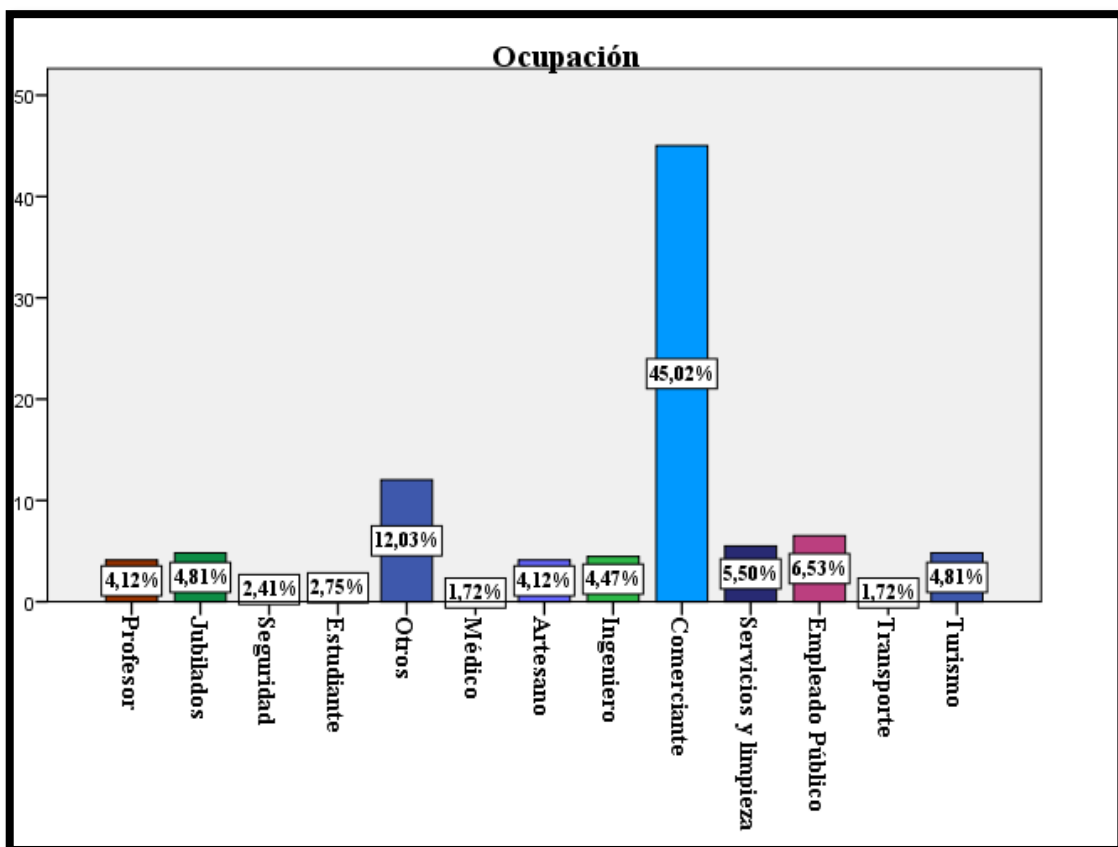


Figura 5 Ocupación de los encuestados

Es sabido que en el barrio existe un gran número de personas que viven alquilando sus casas, lo cual fue confirmado con las encuestas ya que incluso representan la mayoría de la muestra con 62.20% (Figura 6), lo cual significa una dificultad al barrio al momento de la toma de decisiones ya que en principio, es necesario entenderse directamente con los propietarios para cualquier cambio, mejora, etc. En cuanto a las personas que no residen en San Blas el 99% de los encuestados fueron personas que trabajan en la zona y un 0.79% de estudiantes (Figura 7). Éste porcentaje mínimo se debe a que en el mes de julio los centros educativos están en temporada de vacaciones por lo tanto casi no habían estudiantes en la zona.

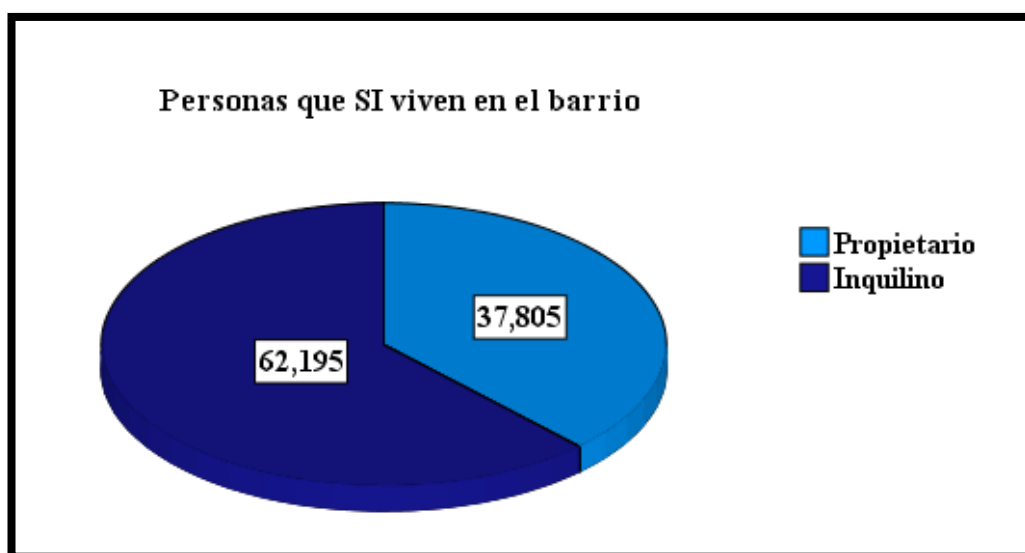


Figura 6. Encuestados que residen en el barrio

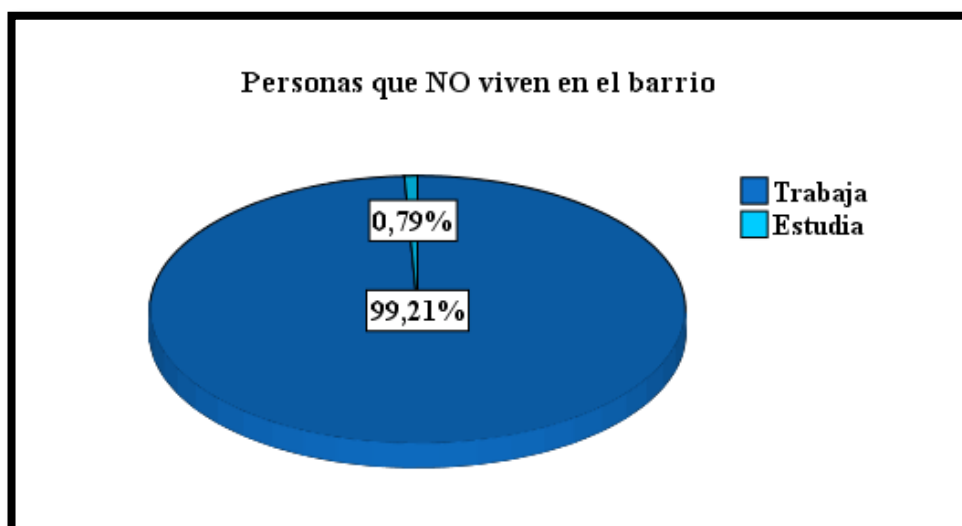


Figura 7. Encuestados que NO residen en el barrio

Para finalizar los datos demográficos, los resultados muestran que las personas encuestadas tienen una larga trayectoria en el mismo ya que tanto las personas que si viven (77.44%) como las que no (55.91%) han permanecido en San Blas no sólo 10 años, sino también por más de 20, 30 o 40 años, mostrando así que pese a los problemas sociales, políticos, etc., existentes las personas se sienten cómodas y son reacias a salir del que muchos llaman, su barrio (Figura 8 y 9).

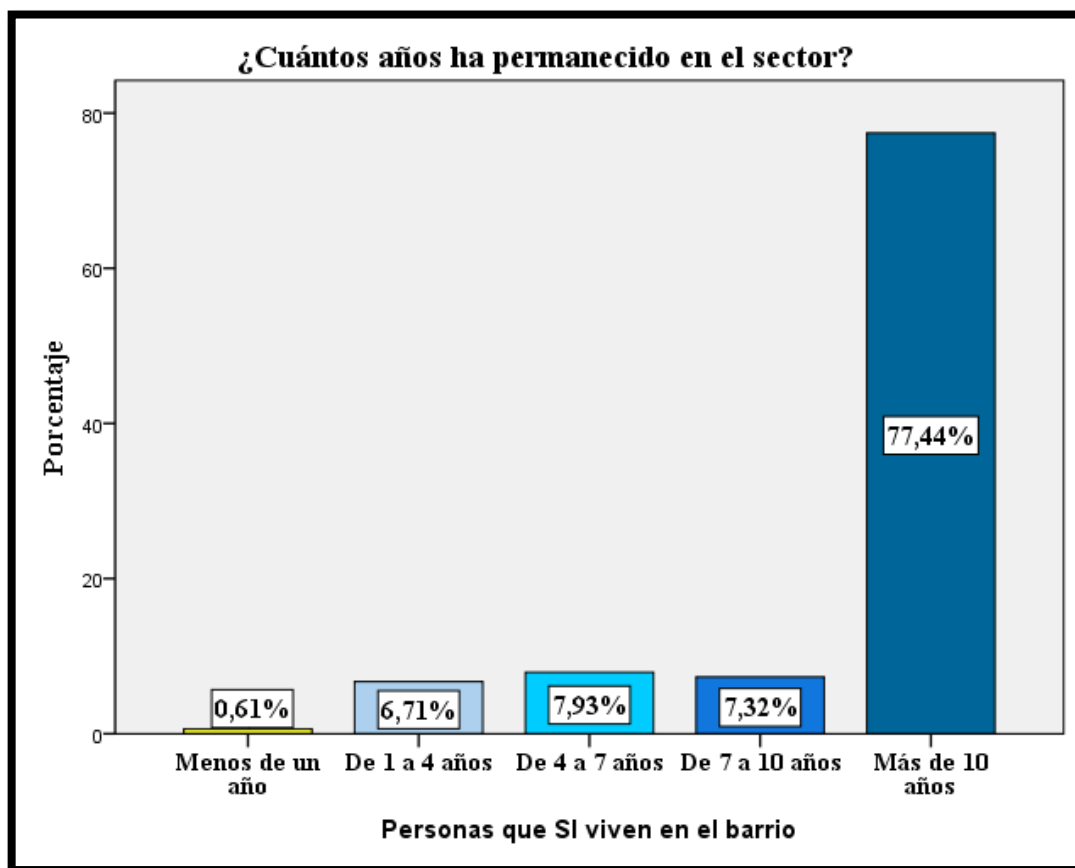


Figura 8. Porcentaje de años que han permanecido en el BSB (SI viven)

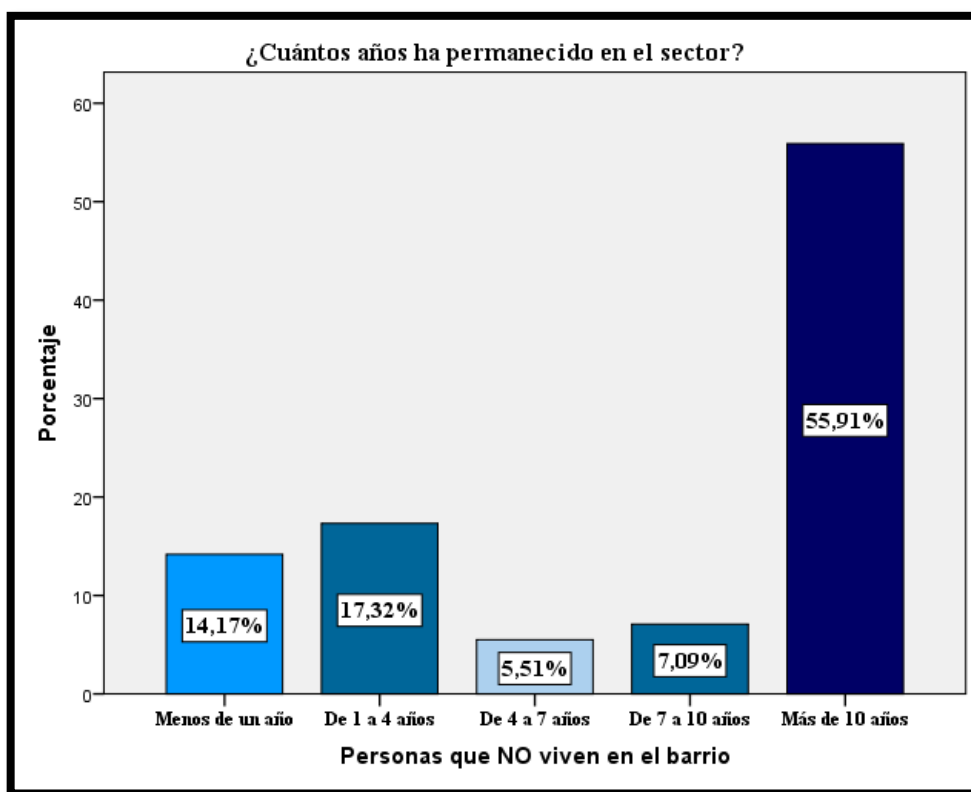


Figura 9. Porcentaje de años que han permanecido en el BSB (NO viven)

a) Dimensión Social

Según los resultados el 83.17%, tanto hombres como mujeres realmente consideran que el turismo es una actividad que ayuda a que las costumbres y tradiciones del barrio no se pierdan, viendo a esta actividad como un factor que incentiva a que la comunidad local fomente una variedad de actividades culturales, sociales, entre otras (Figura 10).

A su vez el turismo ha hecho del barrio un lugar más interesante para sus moradores, pues según los encuestados ya no es sólo un barrio peligroso generalmente conocido por la delincuencia, la pobreza y demás. Gracias a los nuevos emprendimientos de turismo en el barrio, este también ya es un lugar más atractivo para conocer y vivir (86.6%), siendo así que el 98.63% considera que es de vital importancia el cuidar y mantener los lugares históricos y culturales que posee (Figura 11 y 12).

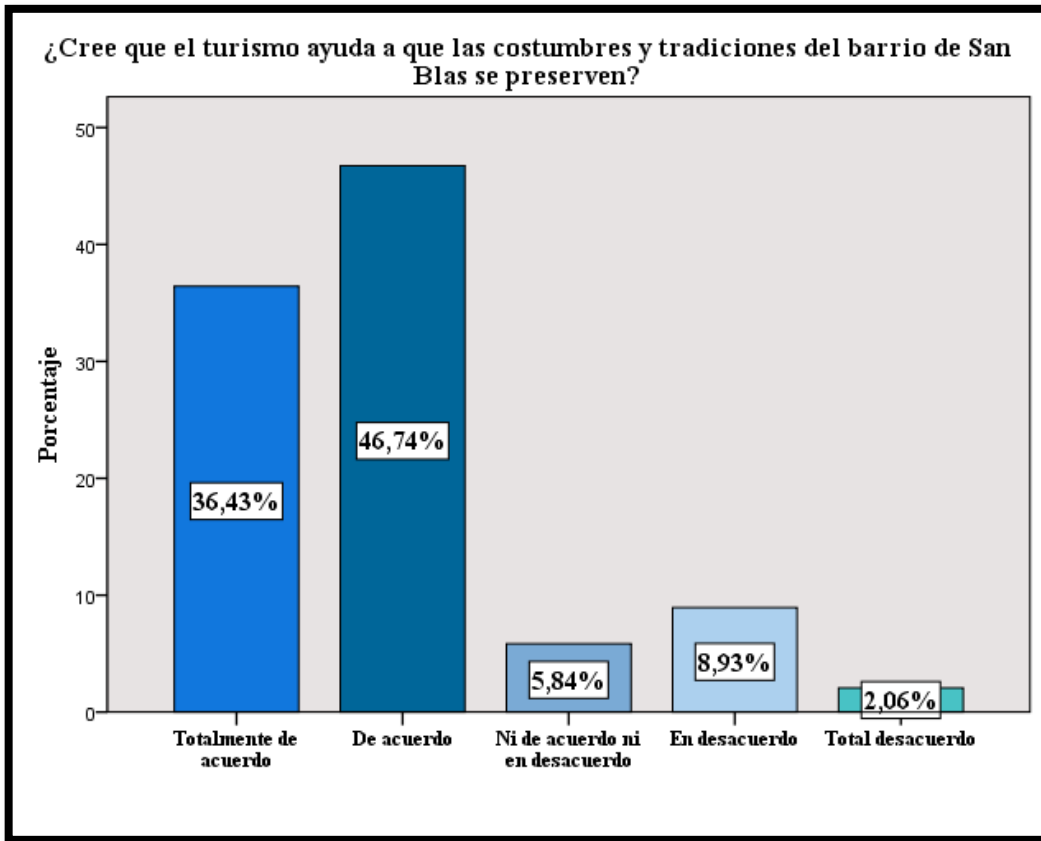


Figura 10. Pregunta 1 de la dimensión social

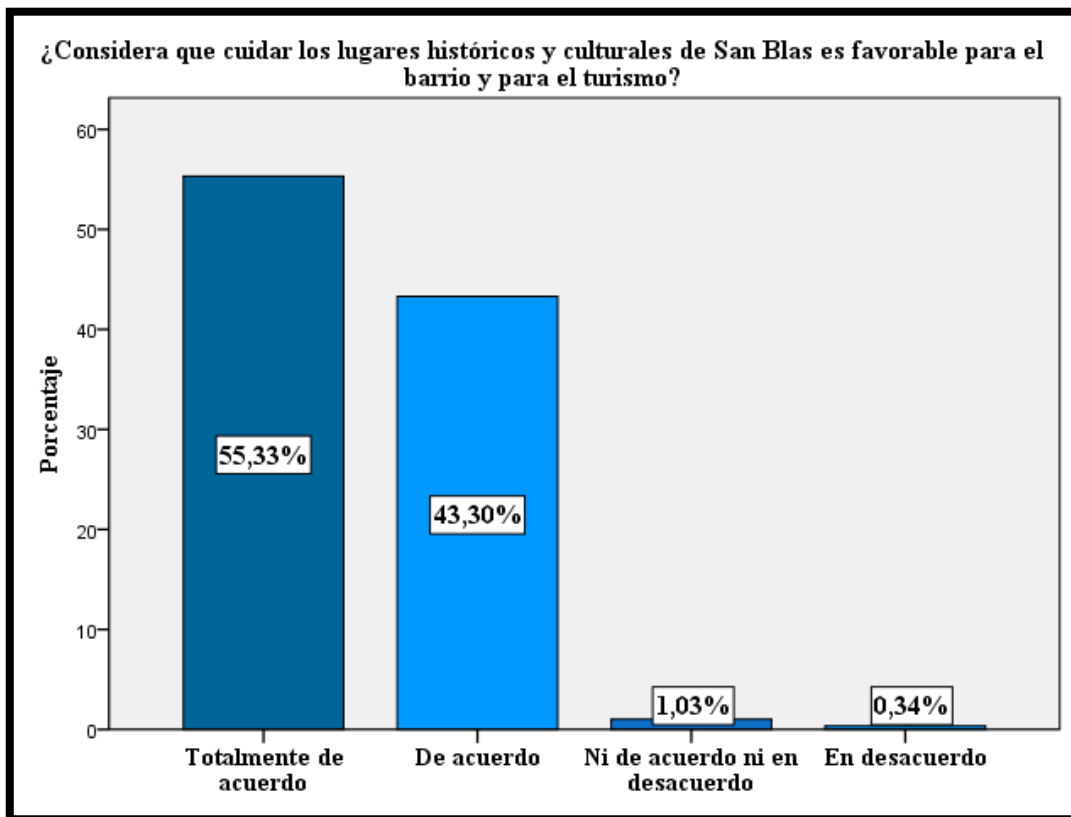


Figura 11. Pregunta 2 de la dimensión social

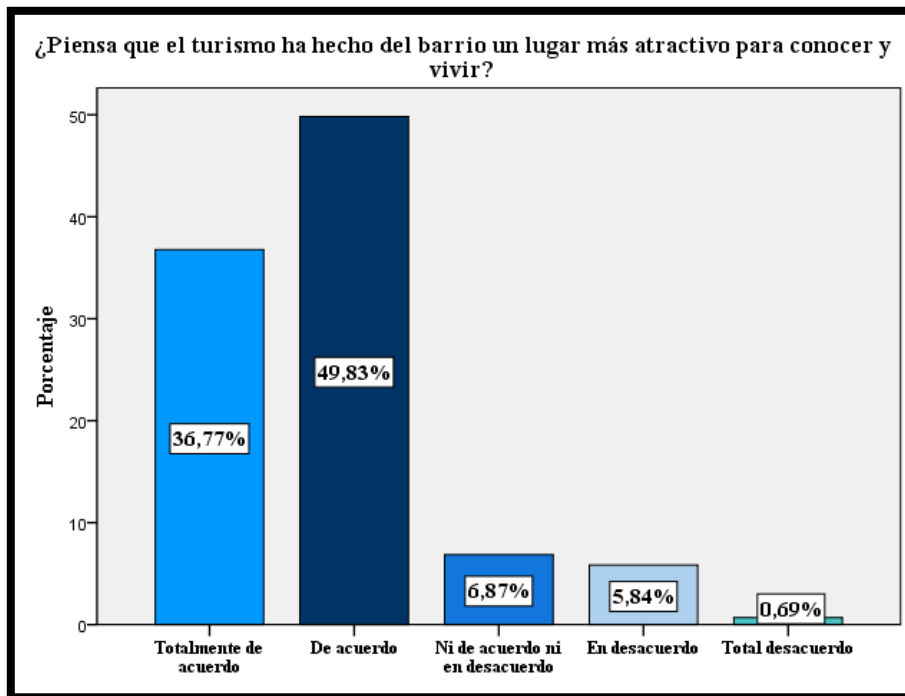


Figura 12. Pregunta 3 de la dimensión social

Continuando con los resultados, el 61.51% de encuestados de manera general están de acuerdo al decir que el barrio tiene las condiciones para recibir turistas, pues aseguran que como parte del CHQ no debería ser excluido por su importancia histórica y cultural. Sin embargo, existen un porcentaje considerable de encuestados que tienen sus dudas (38.49%), ya que no están muy de acuerdo debido a los problemas sociales sobre todo de inseguridad (Figura 13).

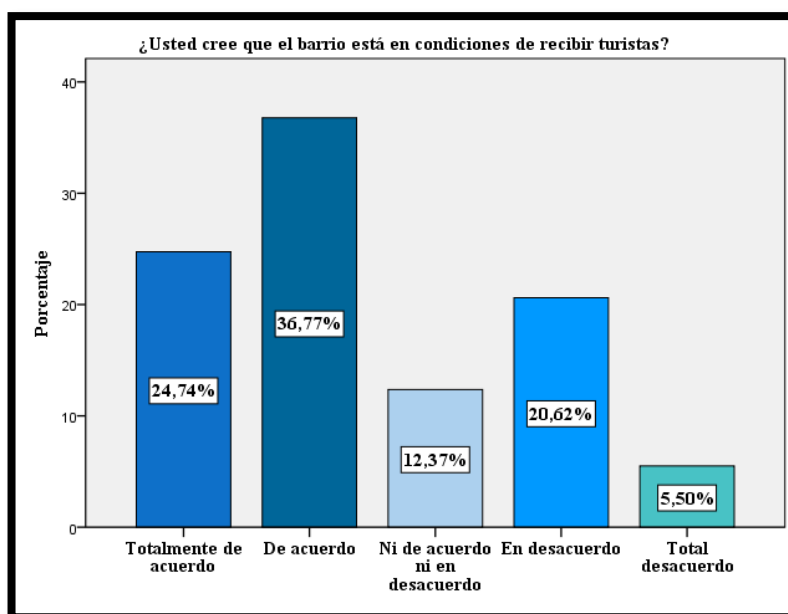


Figura 13. Pregunta 4 de la dimensión social

En cuanto a si las autoridades han hecho conciencia sobre mantener, cuidar y rehabilitar el barrio es bastante debatido ya que de manera general el 48.11% (Figura 14) piensa que si ha habido más cuidado de su parte. Sin embargo, hay una diferencia notable entre propietarios e inquilinos, pues los primeros están en desacuerdo con la idea de que ahora hay más cuidado por parte de las autoridades (17.07% frente a un 15.25%) ya que afirman que falta muchísimo de su parte frente a los problemas existentes (Figura 15), mientras que los segundos (26.83% frente a un 23.78%) al igual que las personas que solo laboran en el barrio (55.91%) señalan que si hay una mejora pues ahora las autoridades se enfocan y se preocupan más en el barrio (Figura 16).

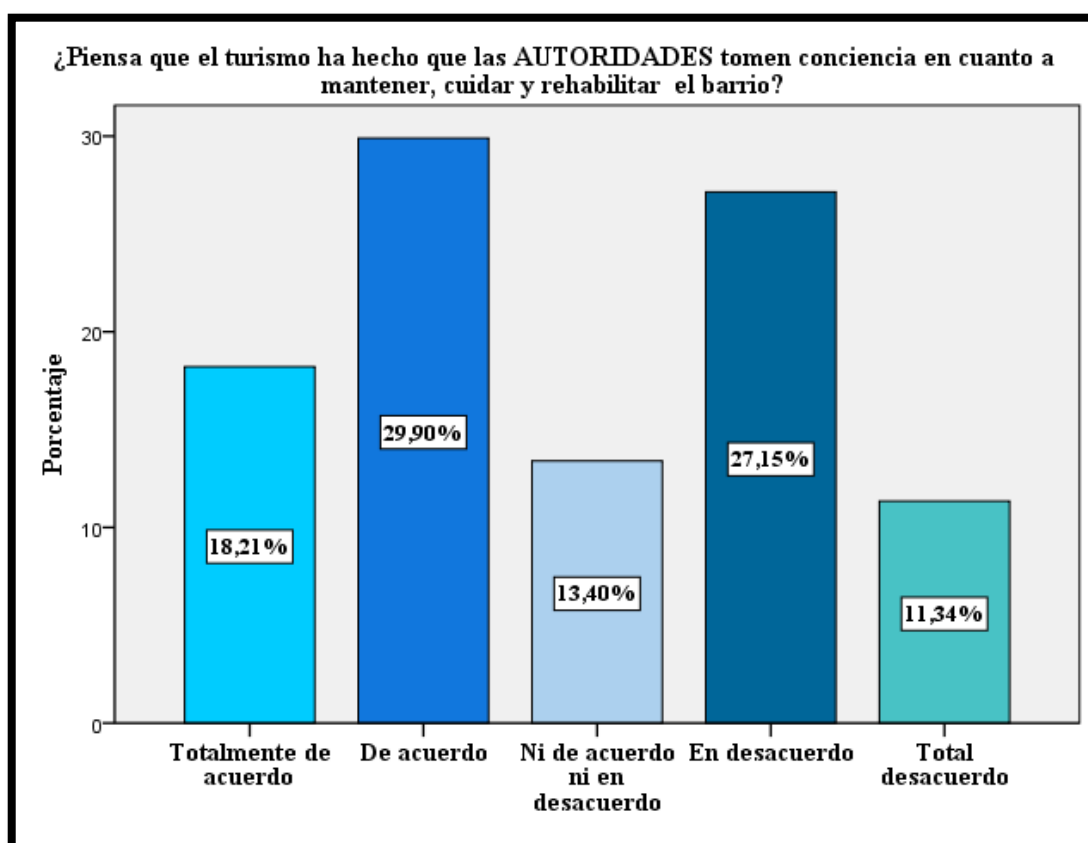


Figura 14. Pregunta 5 de la dimensión social

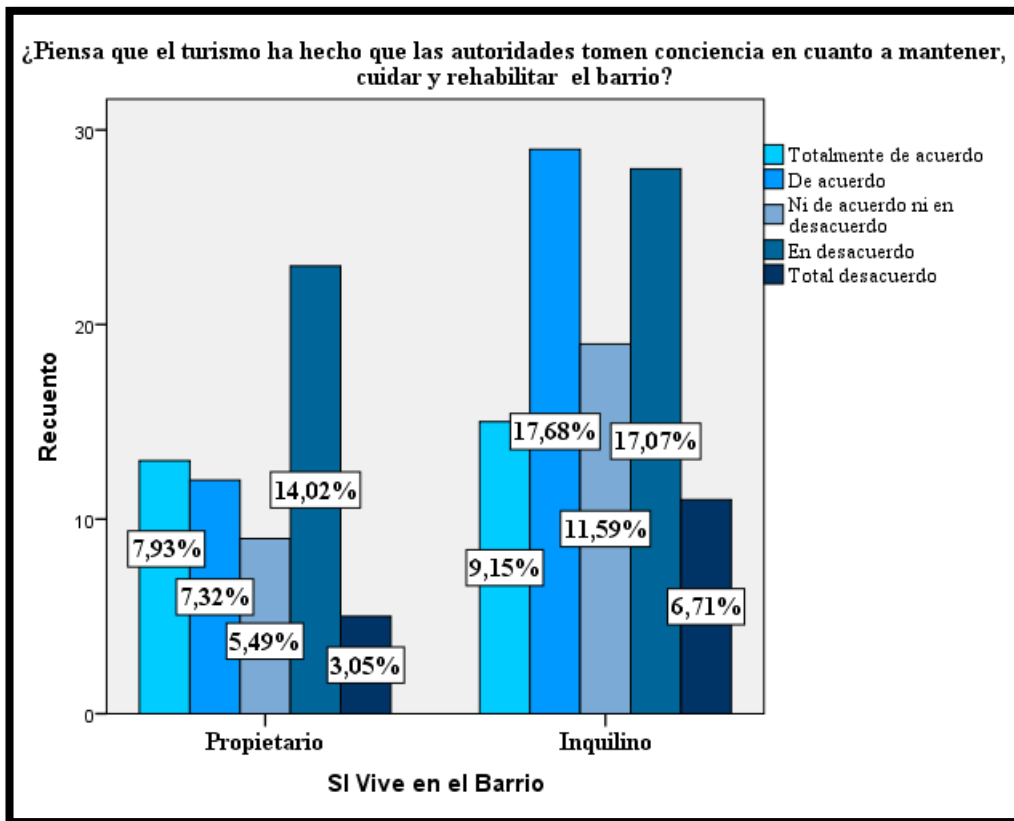


Figura 15. Percepción de propietarios e inquilinos de pregunta 5

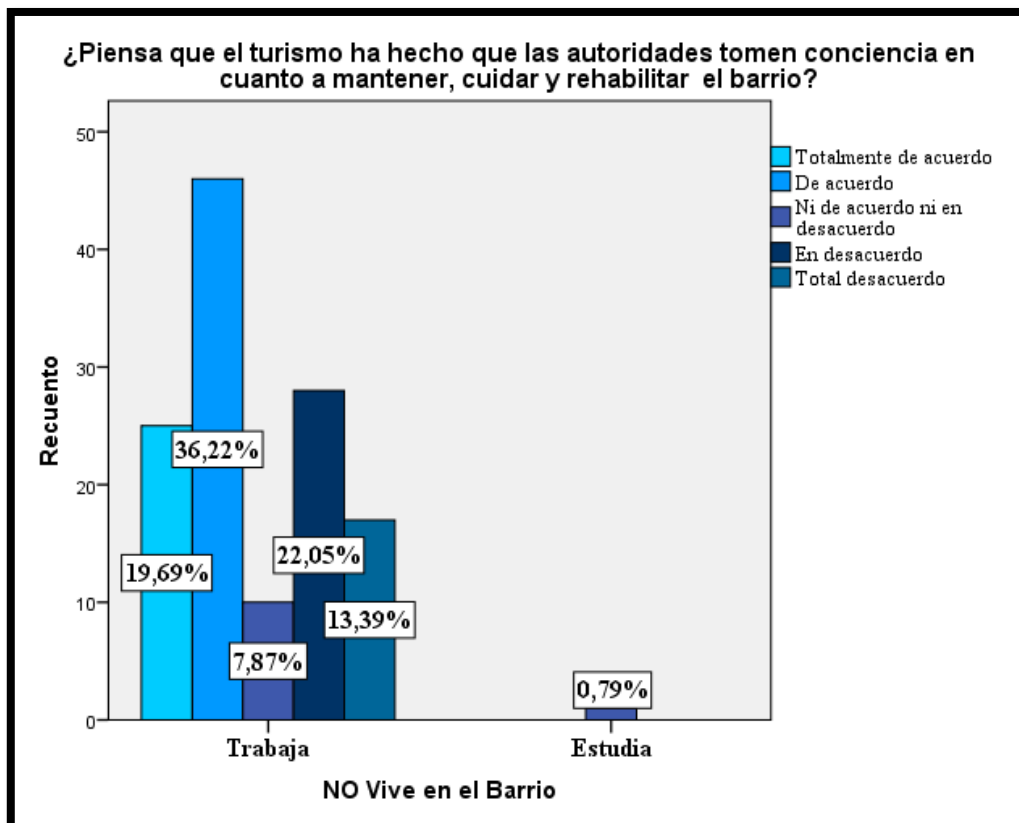


Figura 16. Percepción de trabajadores y estudiantes de pregunta 5

Por otro lado, en cuanto a si los residentes han tomado conciencia sobre cuidar y rehabilitar de barrio, los resultados se muestran más positivos y sin una diferencia muy grande ya que el 63.23% está de acuerdo al decir que la actividad turística genera en las personas del barrio más preocupación por el espacio, la infraestructura, la imagen, etc., (Figura 17).

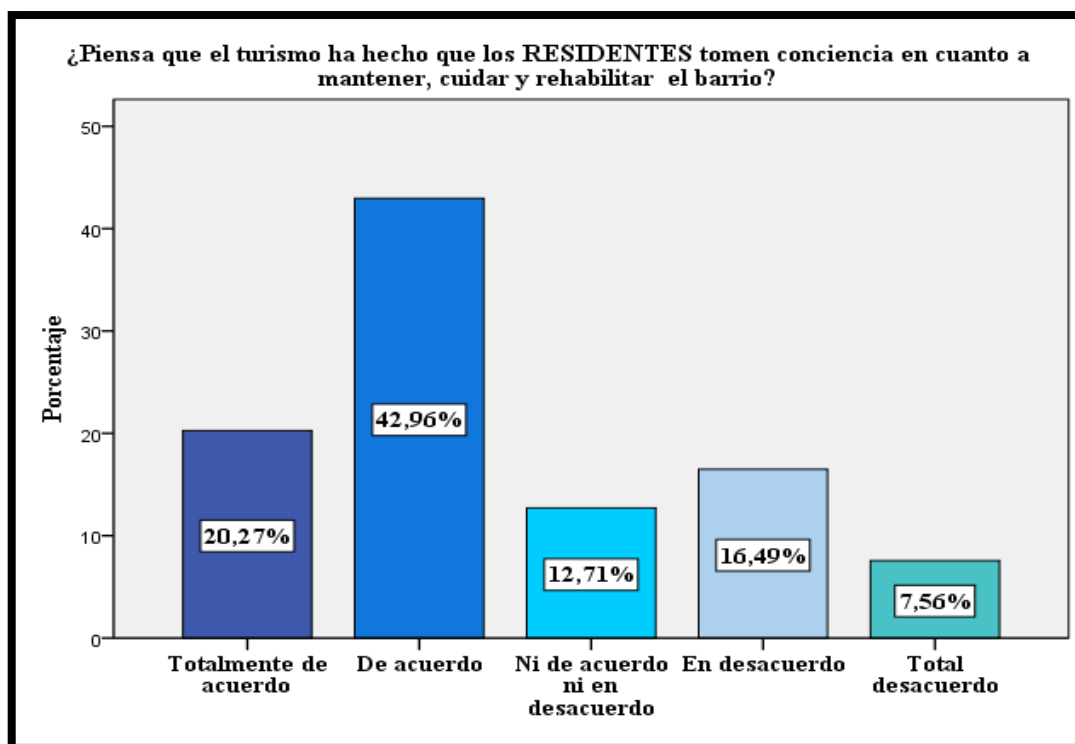


Figura 17. Pregunta 6 de la dimensión social

En cuanto a la seguridad del barrio, las personas encuestadas insistían muchísimo en que es un problema que se ha venido acarreado toda la vida y que incluso se ha tomado acción de diferentes maneras con y sin la ayuda policiaca pero pese a sus diferentes operativos y rondas que realizan en el barrio la delincuencia continúa.

El 41.92% afirman que desde que cada vez hay más turismo en el barrio, ha aumentado la afluencia de personas y eso ha generado que de alguna manera haya más vida en el sector, causando así más seguridad al transitar por las calles. No obstante el 46.39% no percibe un aumento de seguridad desde que el turismo ha tomado fuerza en el barrio y tampoco como el causante del mismo, afirmando que San Blas siempre ha sido peligroso y esto no ha cambiado para nada la situación (Figura 18).

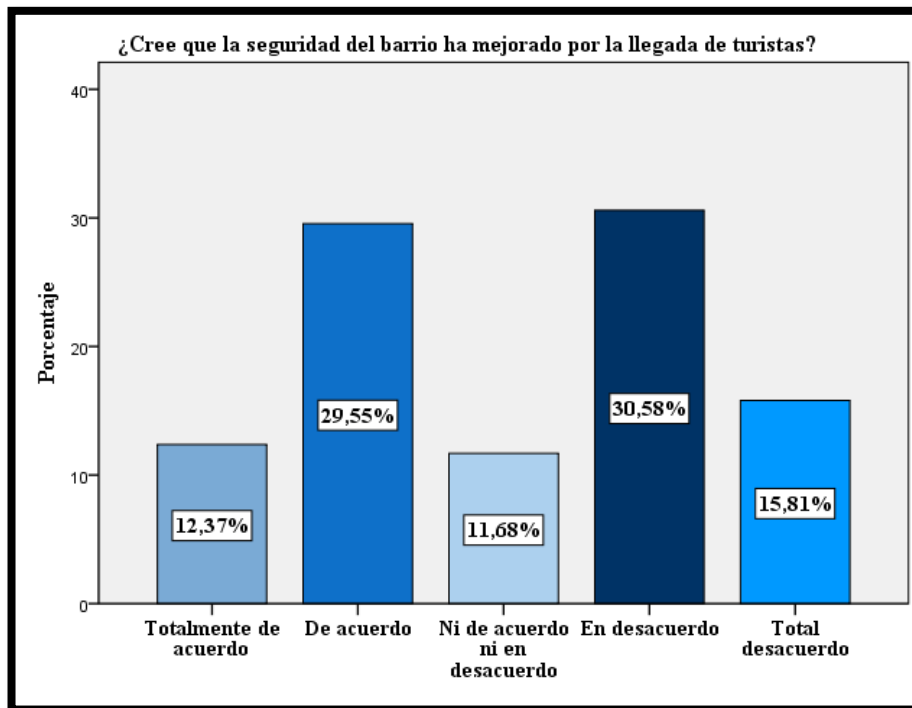


Figura 18. Pregunta 7 de la dimensión social

En los siguientes cuadros se puede apreciar las personas que viven en el barrio consideran que no hay un aumento de seguridad en el barrio desde que hay turismo con un porcentaje de 47.57% frente a un 41.47 %, al igual que las personas que no viven con un porcentaje de 44.1% frente a un 42.52% (Figura 19 y 20).

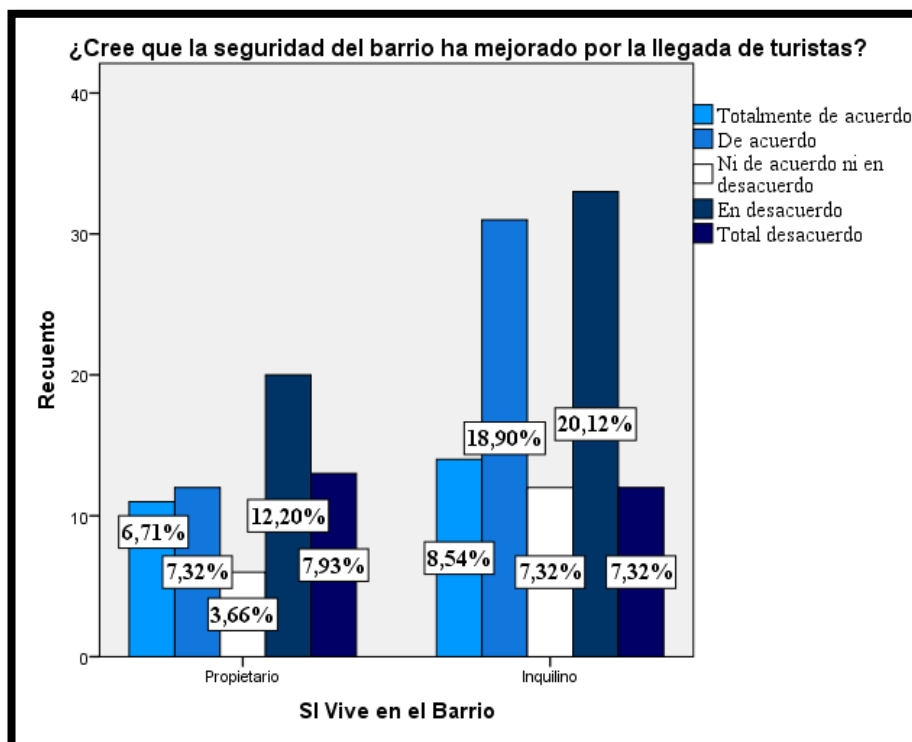


Figura 19. Percepción (SI vive) de pregunta 7 de la dimensión social

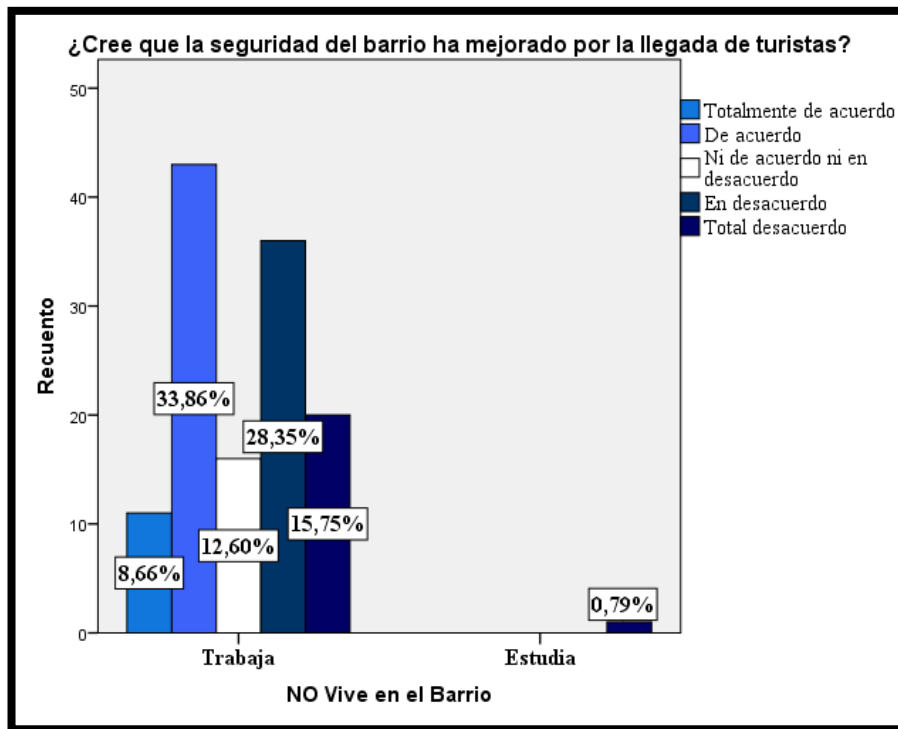


Figura 20. Percepción (NO vive) de la pregunta 7 de la dimensión social

Sin embargo si hay una diferencia de percepción de seguridad según género debido a que la mayoría de hombres (15.12% frente a un 14.77%) piensan que la seguridad ha aumentado mientras que la mayoría de mujeres (31.62% frente a un 26.8) no perciben un aumento de seguridad (Figura 21 y 22).

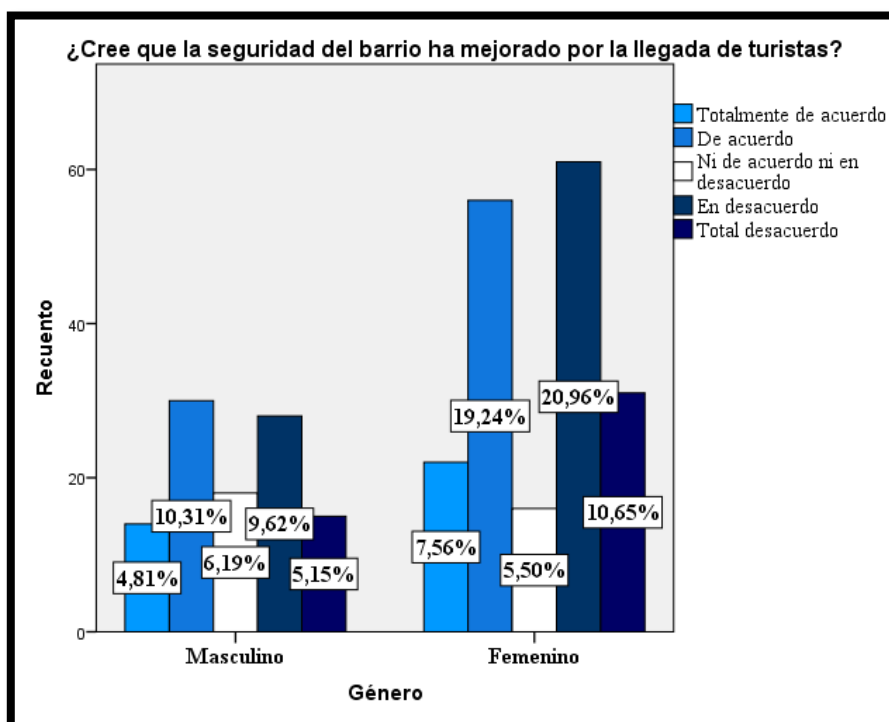


Figura 21. Percepción por género de la pregunta 7 de la dimensión social

En los siguientes dos cuadros (Figura 22) se puede ver que en su mayoría (60.48%) no perciben que la actividad turística haya causado inseguridad en el barrio, así como el 90.03% no perciben a los turistas como intrusos en el barrio (Figura 23).

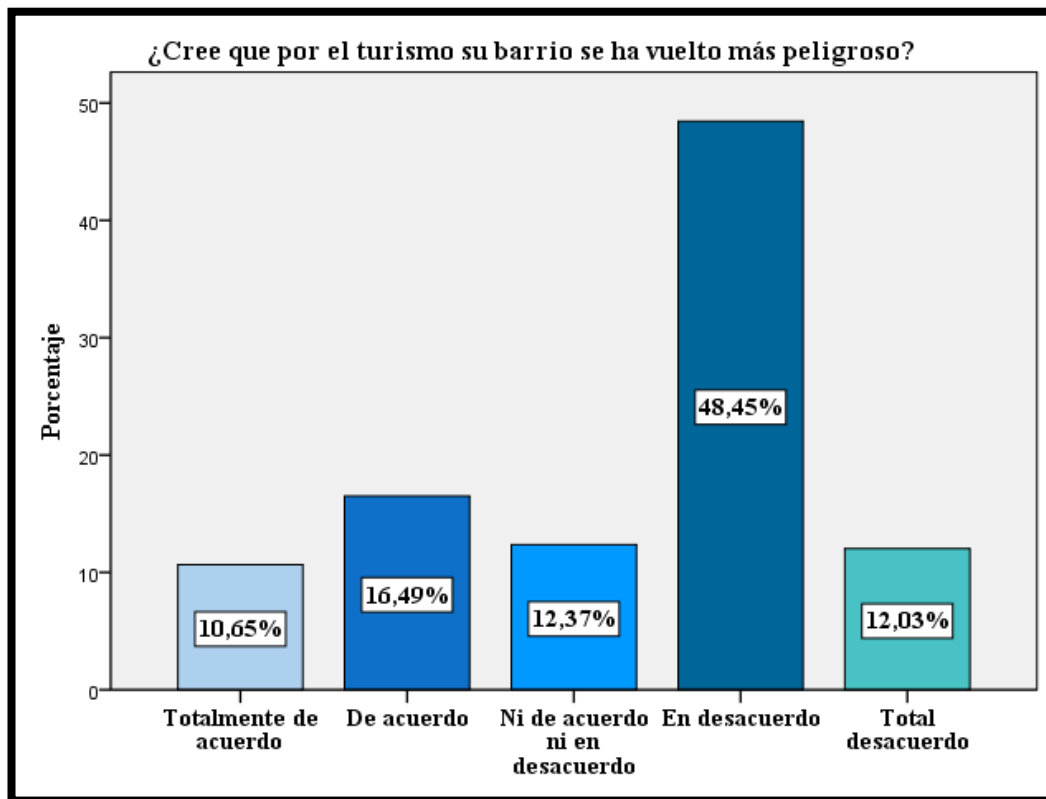


Figura 22. Pregunta 8 de la dimensión social

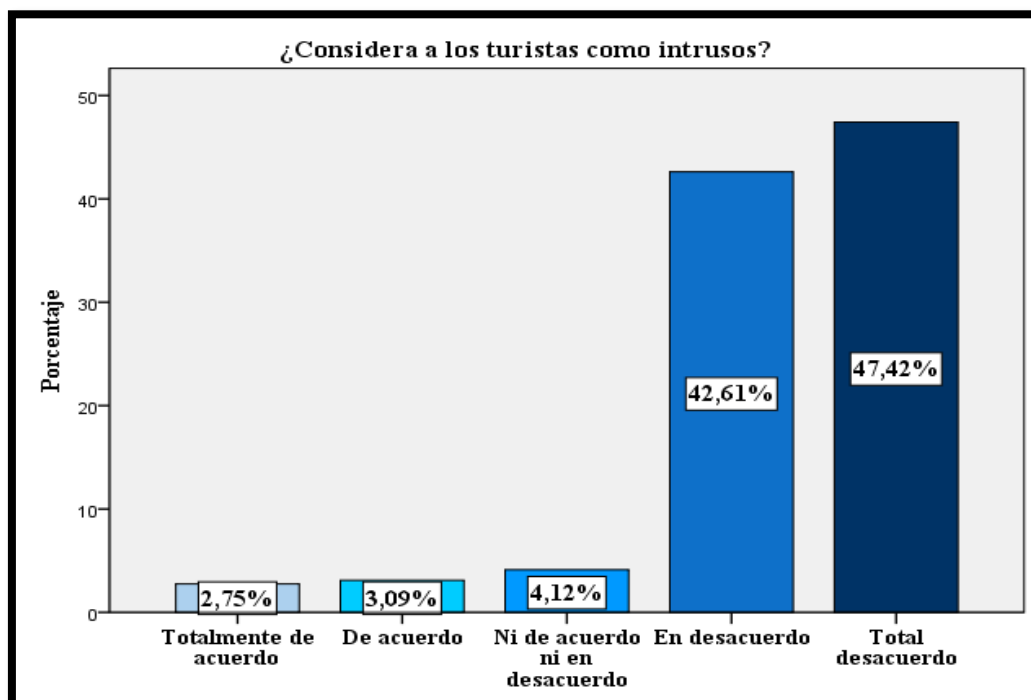


Figura 23. Pregunta 9 de la dimensión social

Finalmente dentro de la dimensión social, el 76.63% se encuentra abierto a la idea de participar en algún tipo de actividad turística en pro del desarrollo de San Blas (Figura 24). Mientras que el 93.13% de encuestados consideran que la creación de este tipo de proyectos serían de gran ayuda para fortalecer a la comunidad y al barrio (Figura 25).

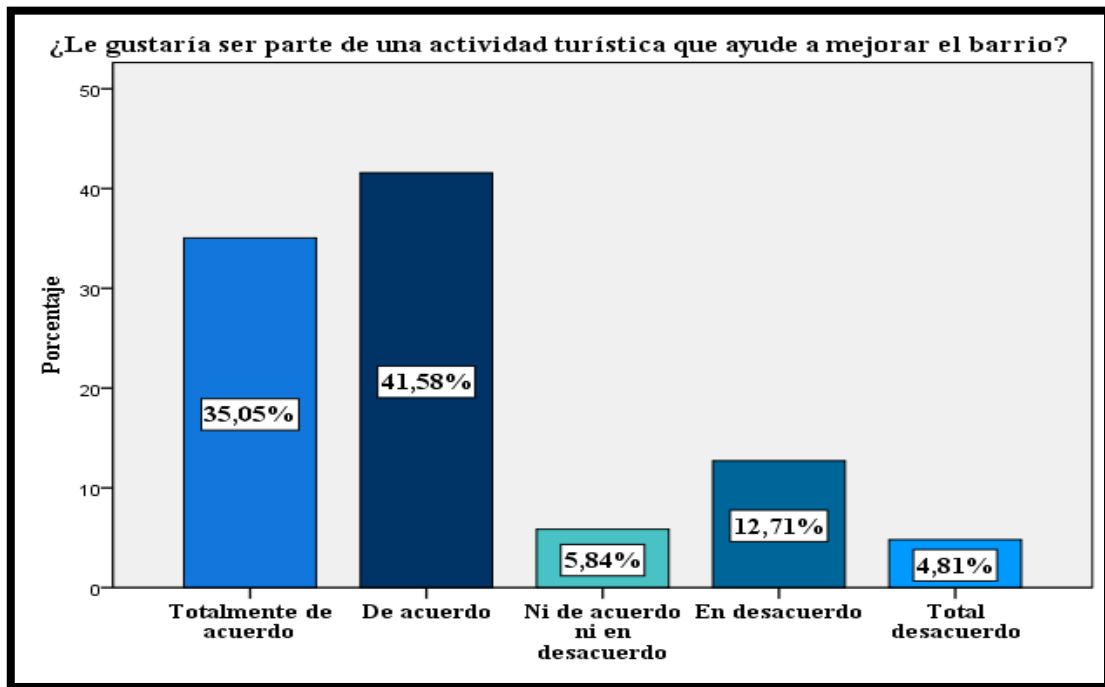


Figura 24. Pregunta 10 de la dimensión social

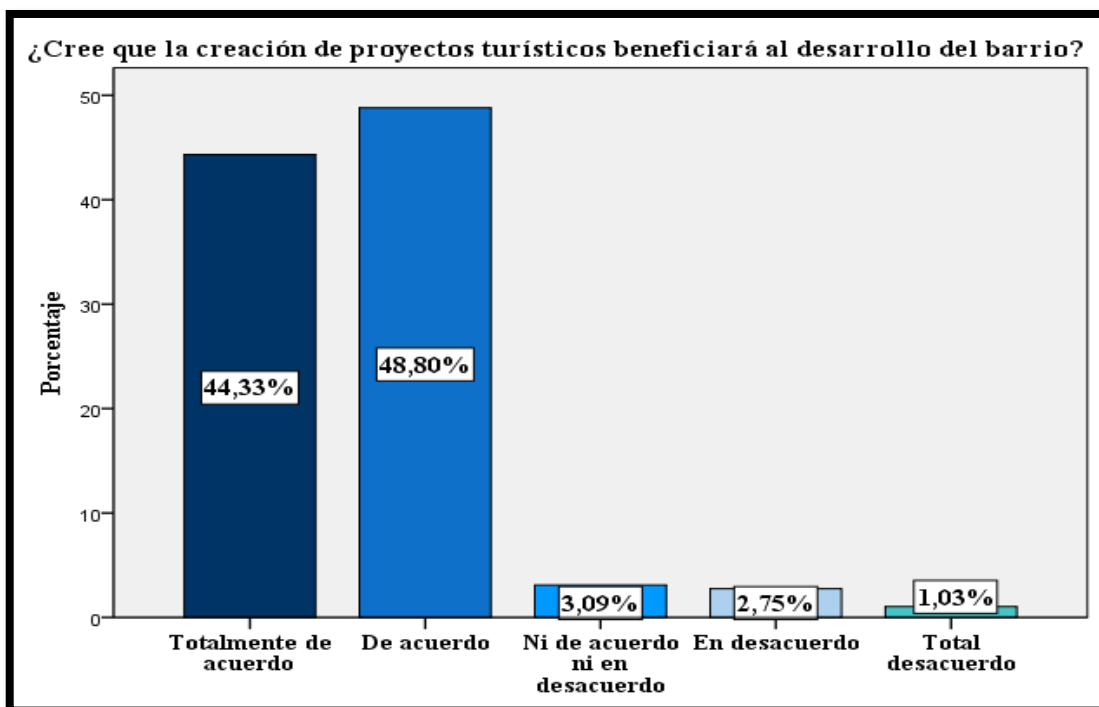


Figura 25. Pregunta 11 de la dimensión social

b) *Dimensión Económica*

Según los resultados, el 59.11% asegura que no ha habido un alza de precios en el barrio desde que hay turismo, sin embargo el 24.75% afirma que poco a poco se están dando estos cambios, pues en los restaurantes más “turísticos” donde su foco de mercado es el turista extranjero los precios de los platos son exagerados para una persona nacional (Figura 26).

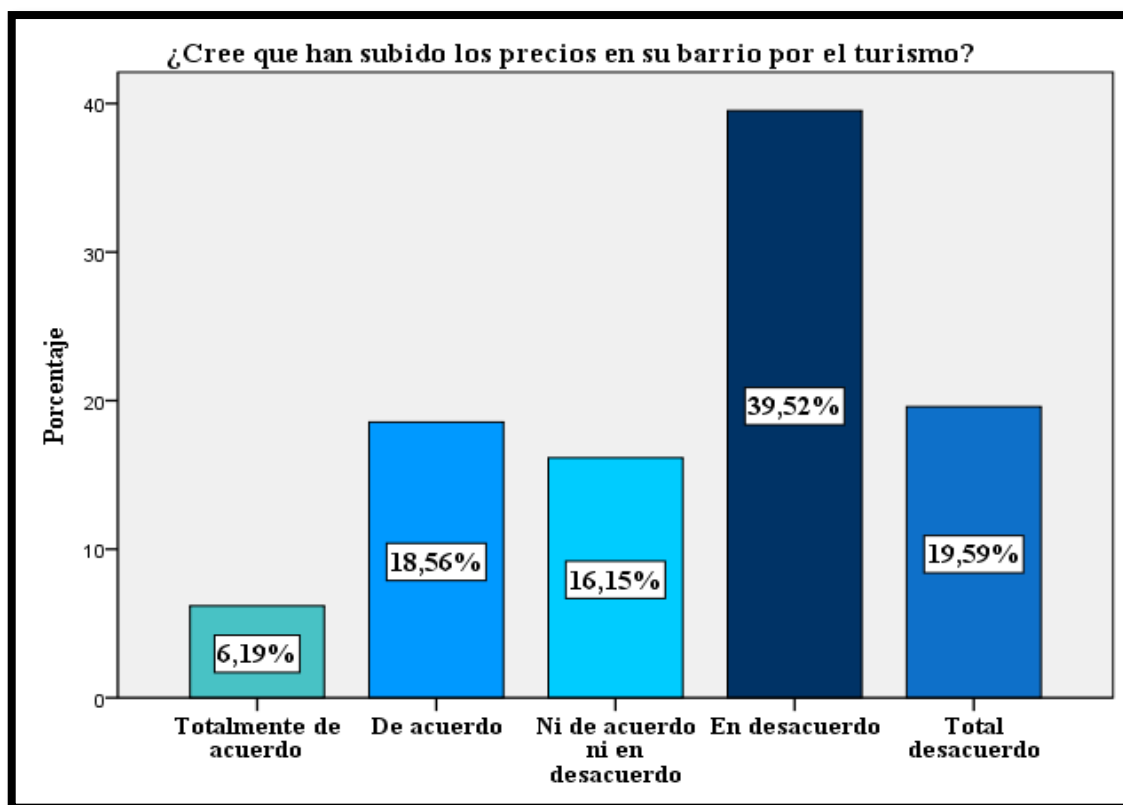


Figura 26. Pregunta 1 de la dimensión económica

Continuando con los resultados, el 65.29% afirma que debido a la afluencia de turistas en la zona, ha aumentado las fuentes de empleos reflejando así una dinámica comercial positiva en el barrio (Figura 27).

Sin embargo, tan sólo el 50.17% asegura haberse beneficiado directa o indirectamente por el turismo, percibiendo una mejora en su calidad de vida (Figura 28).

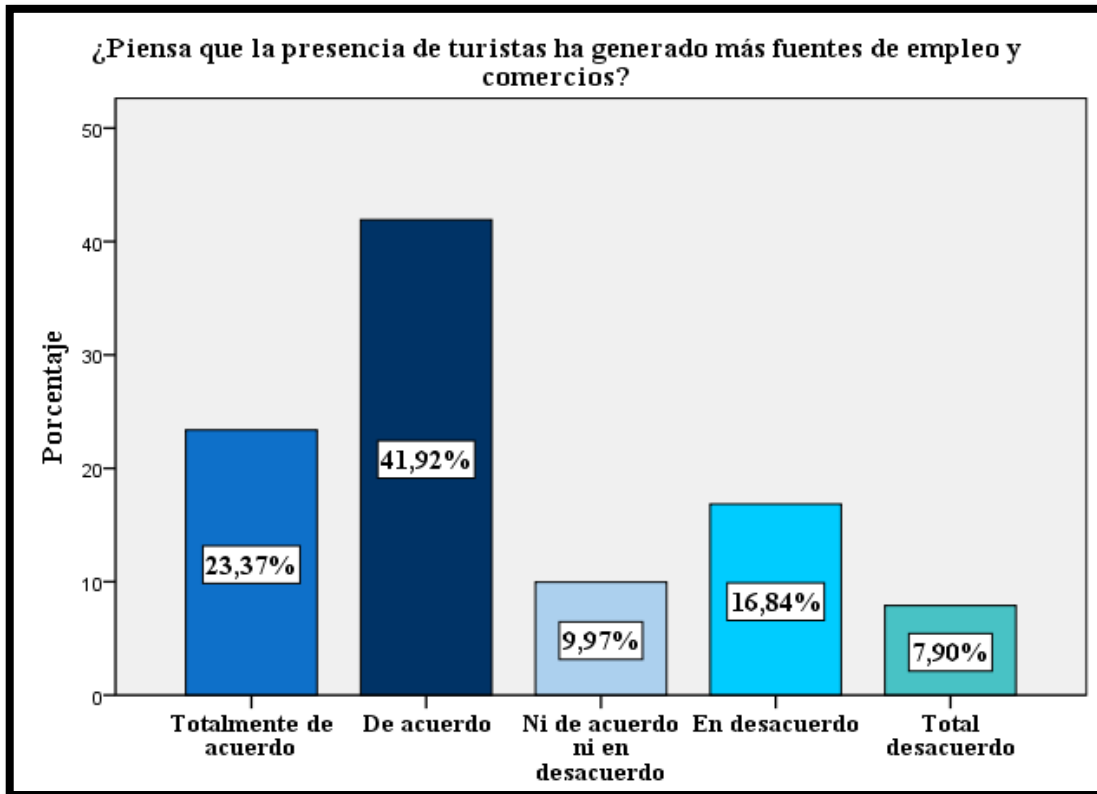


Figura 27. Pregunta 2 de la dimensión económica

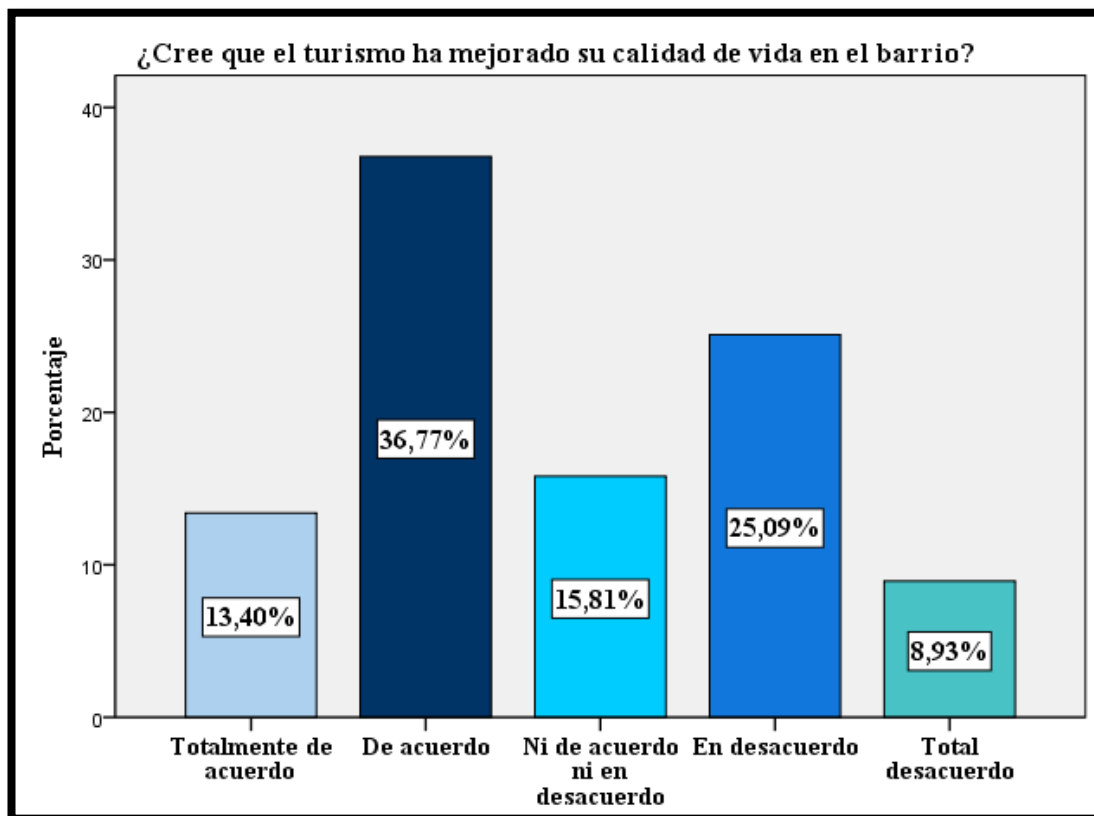


Figura 28. Pregunta 3 de la dimensión económica

Por otro lado el 60.13% señala que aunque el turismo ha ayudado de alguna manera a que el barrio tenga más movilidad, comercios y ha aportado positivamente a su vida, pero definitivamente los más beneficiados son aquellos negocios que se relacionan directamente con el turismo (Figura 29).

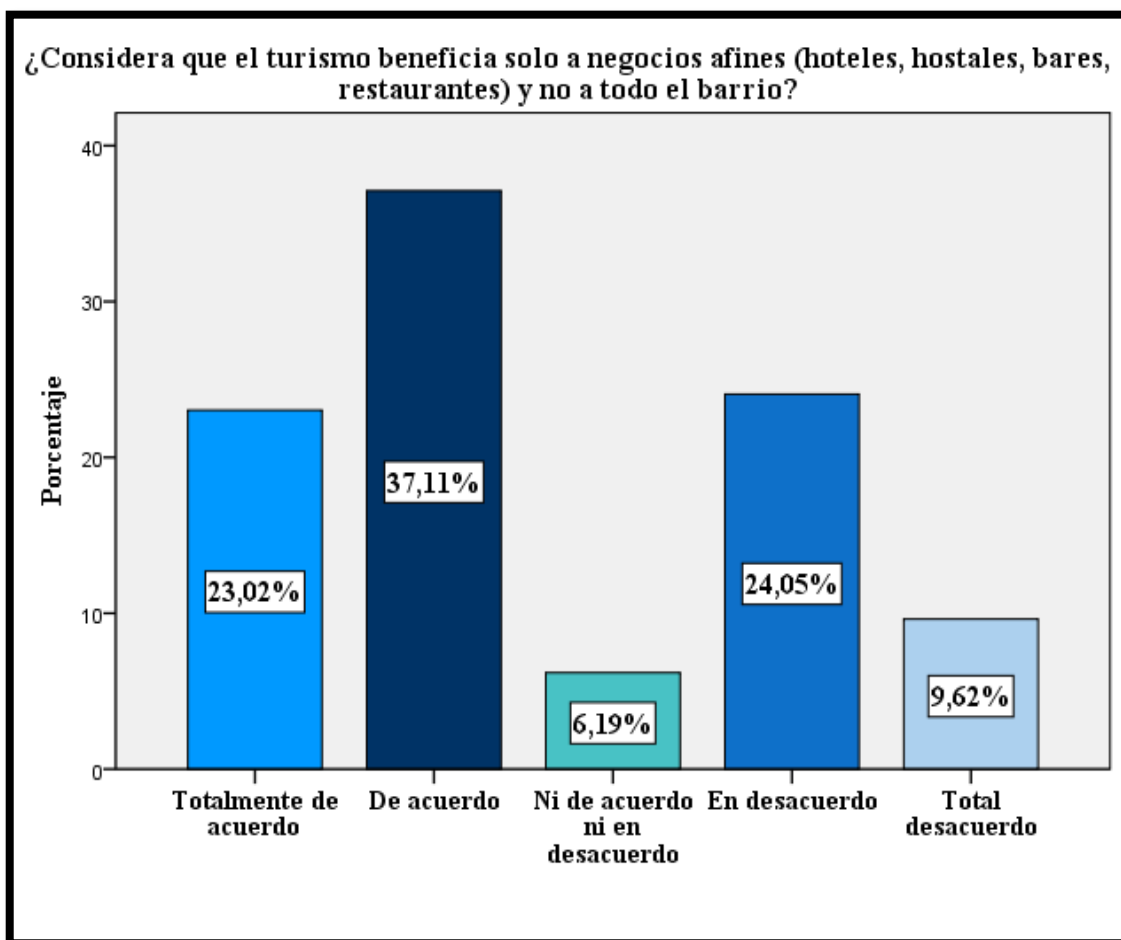


Figura 29. Pregunta 4 de la dimensión económica

Para finalizar la dimensión económica, se preguntó si creen que el Municipio debería invertir en infraestructura y promoción turística del barrio. Si bien es cierto, San Blas al ser parte del CHQ tiene ciertos impedimentos en cuanto a infraestructura y es por eso que conseguir los permisos necesarios para realizar las adecuaciones es sumamente complicado, no obstante el 94.5% de los encuestados están a favor e incluso solicitan que se invierta en el sector para así poder incluso promocionarlo (Figura 30).

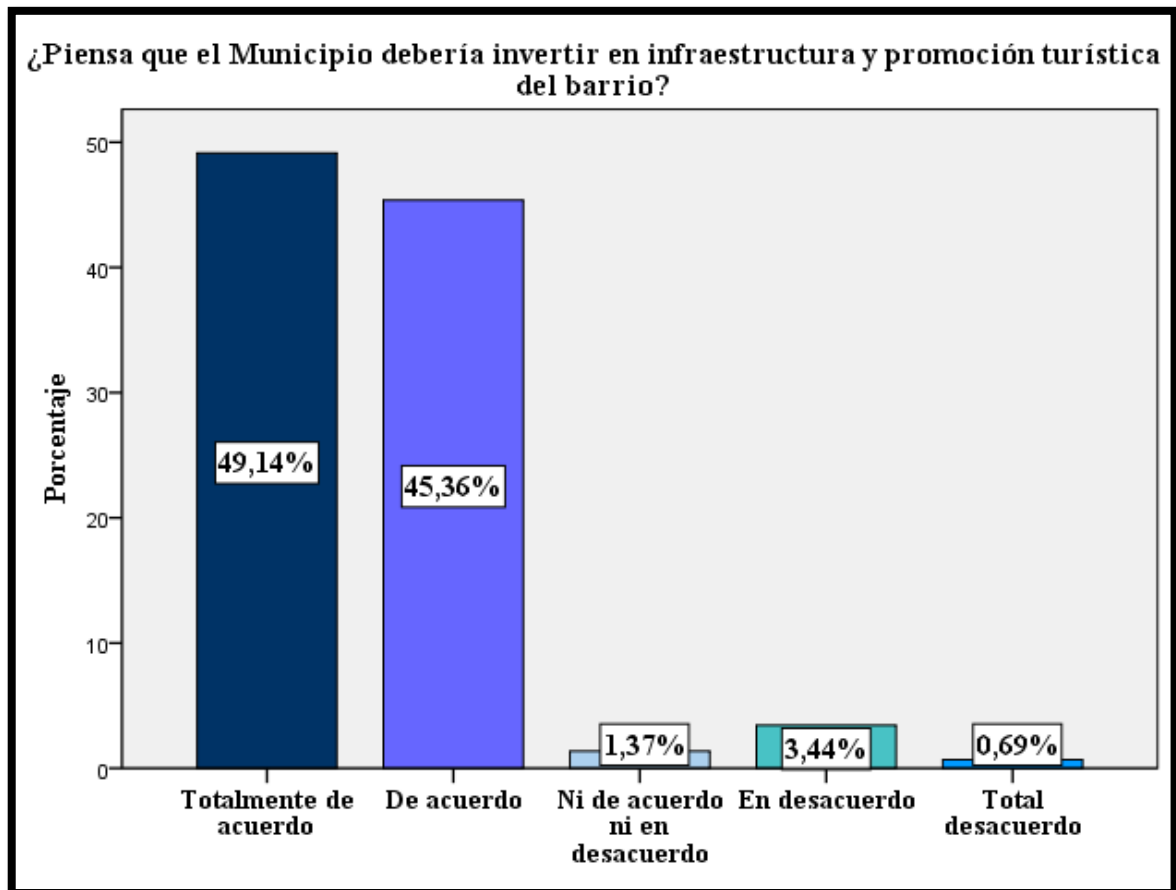


Figura 30. Pregunta 5 de la dimensión económica

c) Dimensión Ecológica

Sobre la percepción de las personas sobre congestión vehicular, los resultados muestran que de manera general con un 47.08% los encuestados están de acuerdo en que si es necesario crear más parqueaderos debido a la congestión vehicular que existe y no precisamente por el turismo (Figura 31).

Sin embargo la brecha existente con las personas que están en desacuerdo es muy pequeña, ya que el 45.36% piensa que no es necesario crear más espacios para los vehículos (Figura 31).

Debido a esta razón se hizo la división entre las personas que SI viven en el barrio y las que NO. La diferencia radica en que tanto propietarios como inquilinos, con un 49.4% frente a un 42.69% están de acuerdo con crear más parqueaderos (Figura 32) mientras que las personas que no viven en el barrio, con un 48.82% frente a un 44.01% no perciben la misma necesidad (Figura 33).

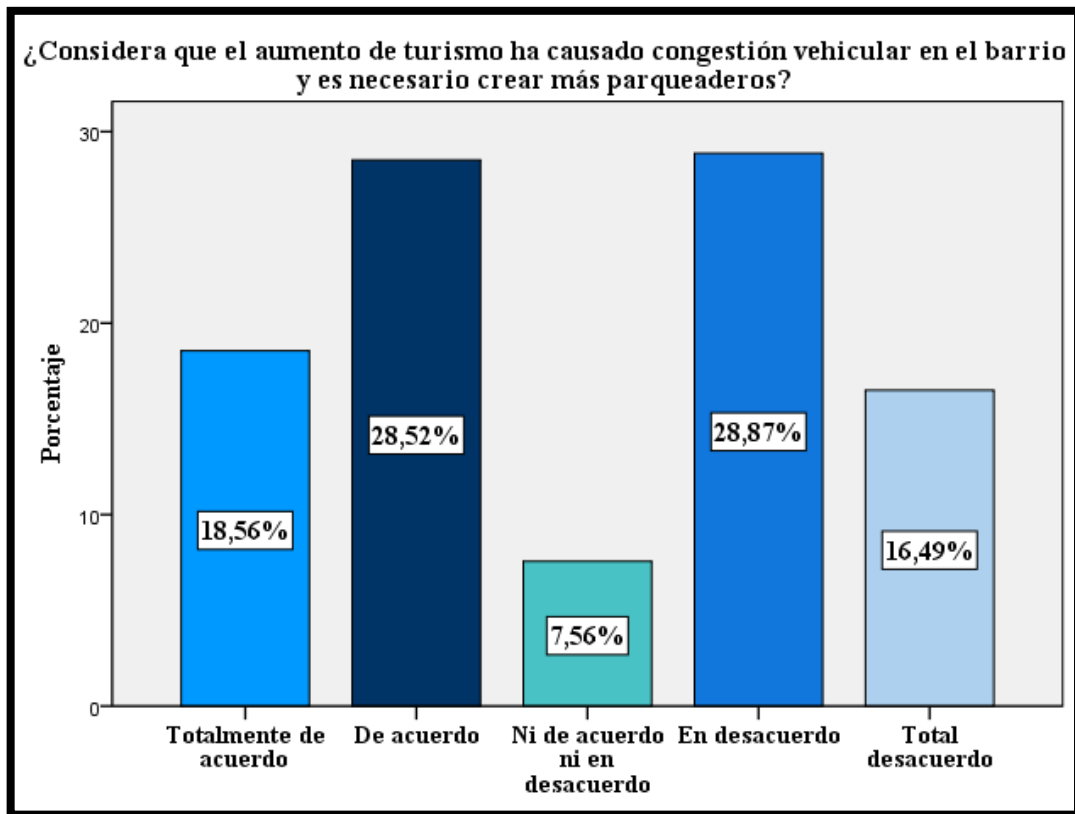


Figura 31. Pregunta 1 de la dimensión ecológica

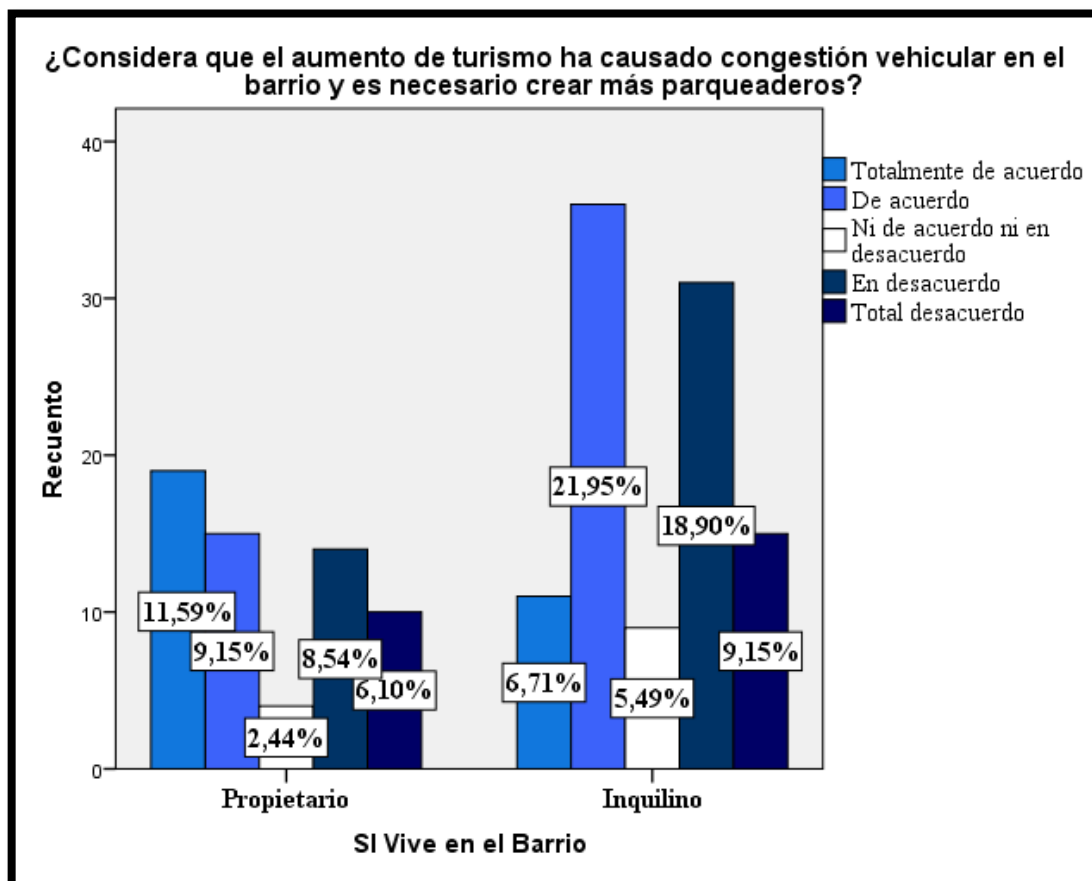


Figura 32. Percepción de moradores respecto a pregunta 1 de la dimensión ecológica

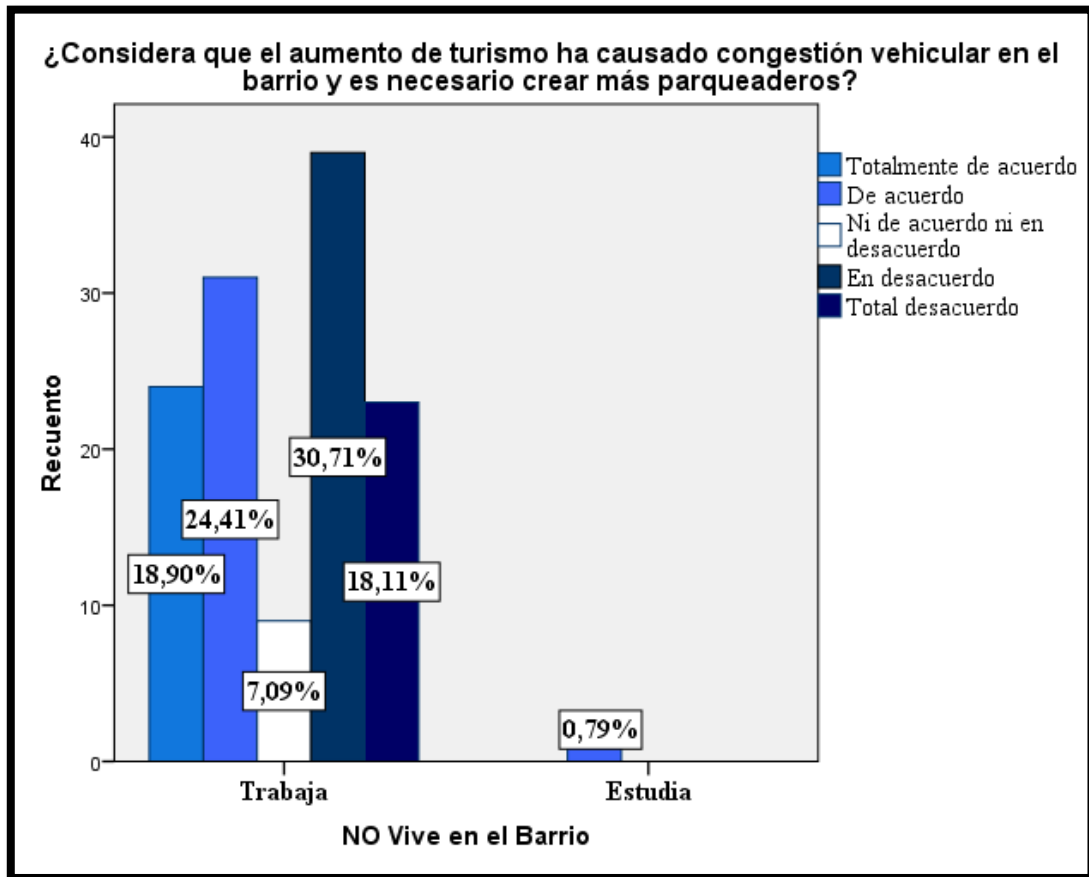


Figura 33. Percepciones de personas que no viven en el barrio con respecto a pregunta 1 de la dimensión ecológica

Finalmente la mayor parte de las personas encuestadas aseguran que el turismo no ha hecho del barrio un lugar más ruidoso con un 59.11% (Figura 34), difícil para transitar por las calles (76.28%) (Figura 36) y tampoco ha hecho que aumente la basura en las calles (62.2%) (Figura 35), el cual lamentablemente si representa un problema en el barrio pero las personas afirmaron que no era debido al turismo, sino más bien a las propias personas que se encontraban en el barrio.

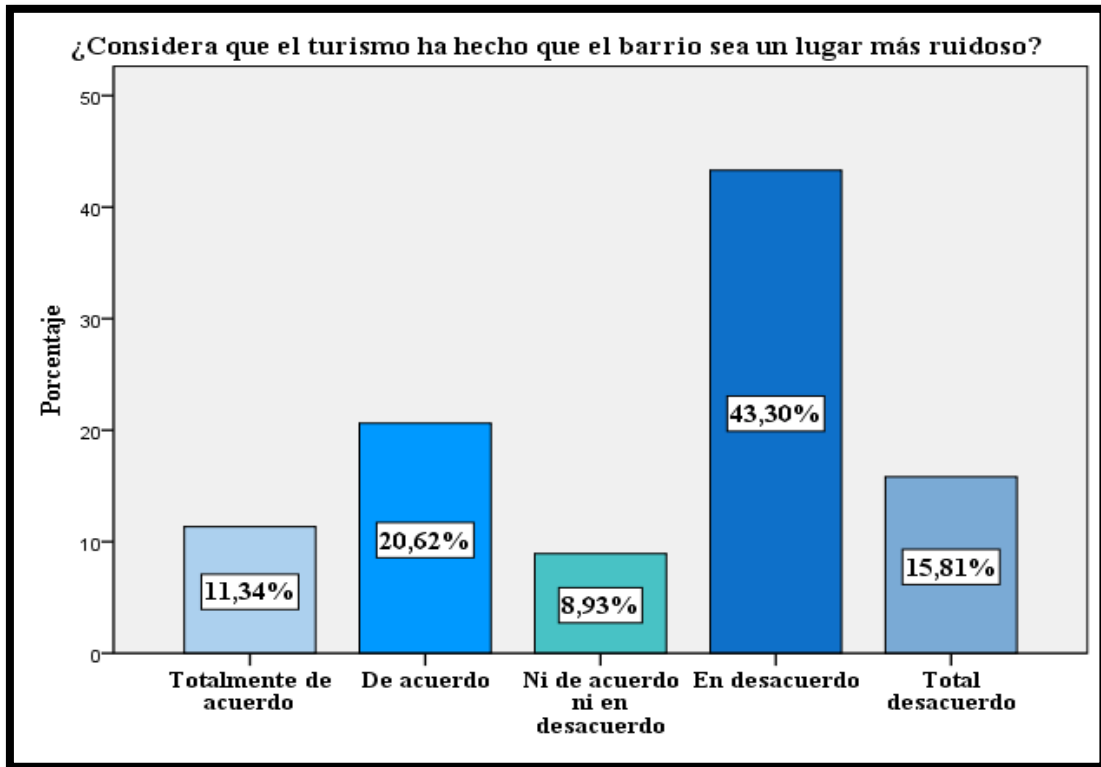


Figura 34. Pregunta 2 de la dimensión ecológica

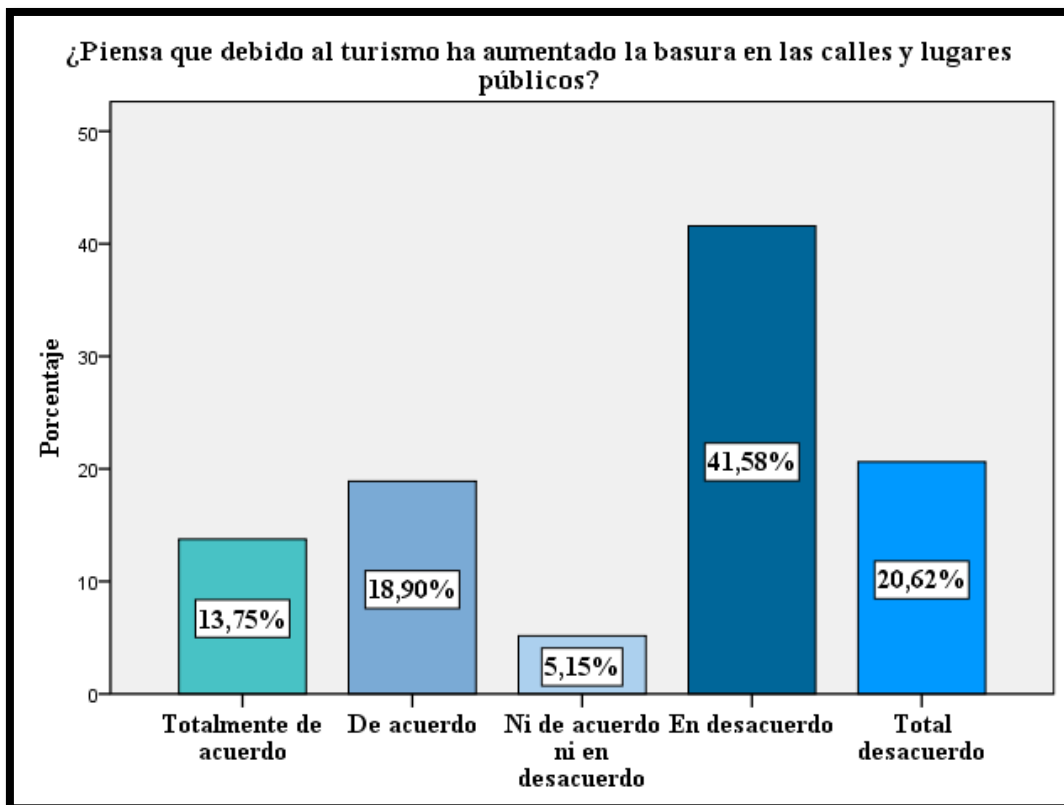


Figura 35. Pregunta 3 de la dimensión ecológica

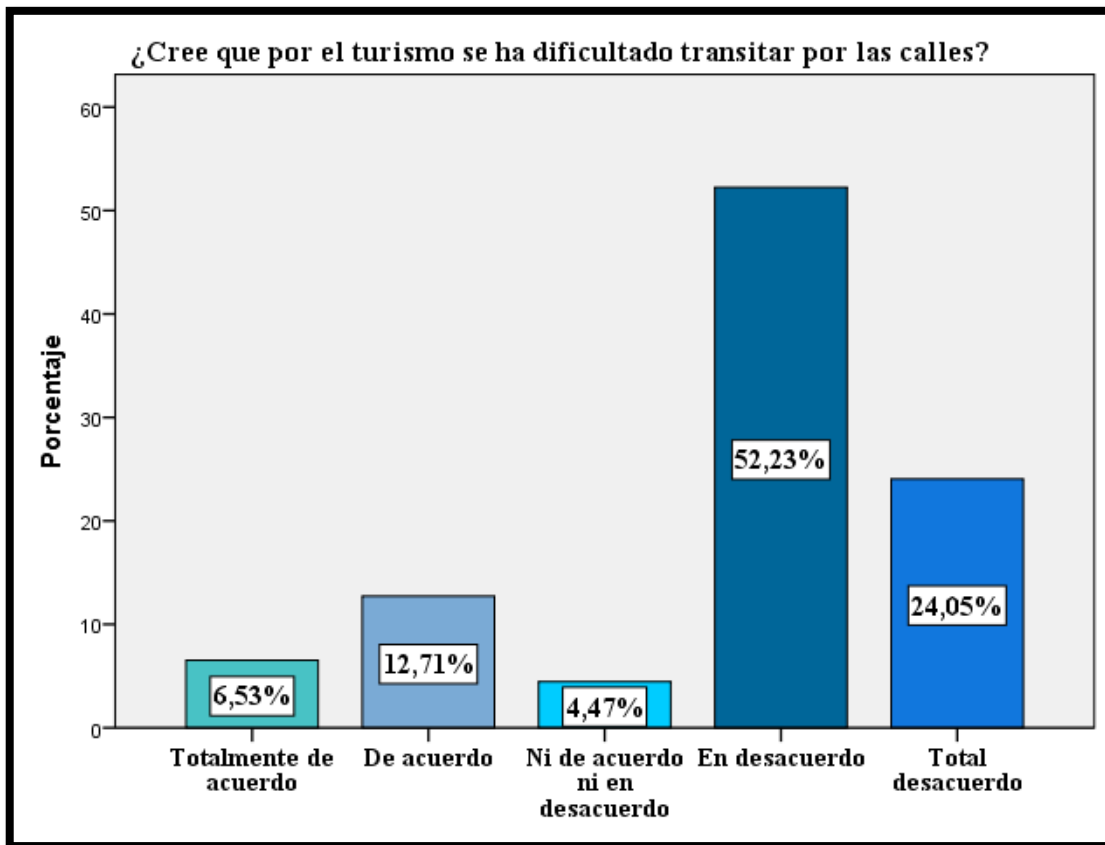


Figura 36. Pregunta 4 de la dimensión ecológica

4.3.2.2. Personas que NO perciben turismo

A diferencia de las personas que si perciben turismo, aquí predominan el género masculino (Figura 37). En cuanto al rango de edad vuelven a predominar las personas de tercera edad pero con una concentración entre personas económicamente productivas (Figura 38).

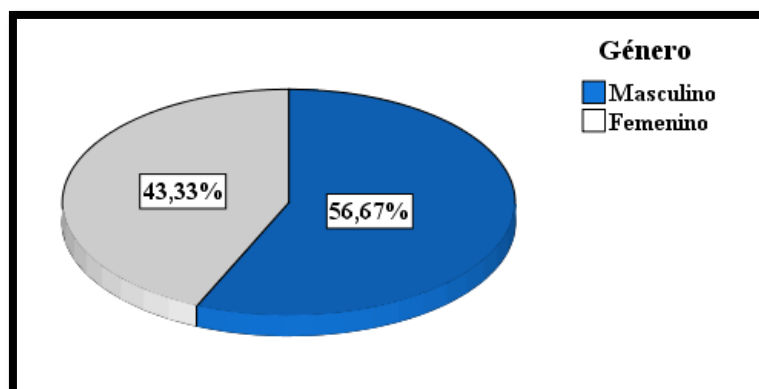


Figura 37. Género de los encuestados

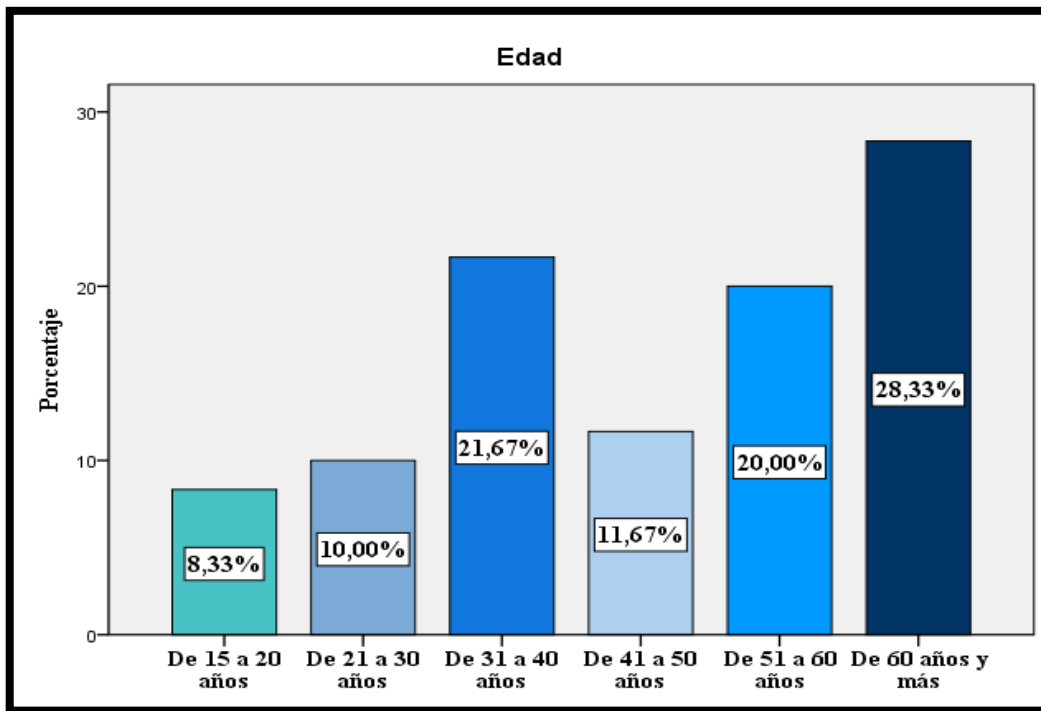


Figura 38. Edad de los encuestados

En cuanto a nivel de formación vuelve a predominar el nivel secundario con un 40%, no obstante existe un porcentaje más o menos considerable de personas con estudios superiores con un 33.33% (Figura 39). En ocupación la persona “comerciante” vuelve a ser la predominante con un 30%, sin embargo en porcentaje le sigue la ocupación de “profesor” lo cual se justifica debido a que en la zona 6 se encuentra el colegio Don Bosco los cuales algunos maestros fueron encuestados (Figura 40).

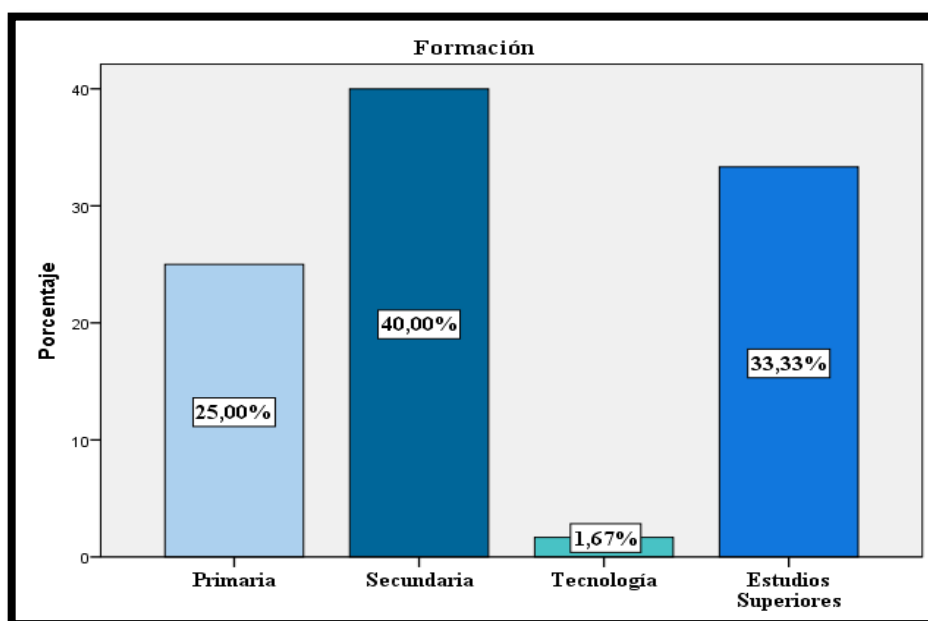


Figura 39. Nivel de formación de los encuestados

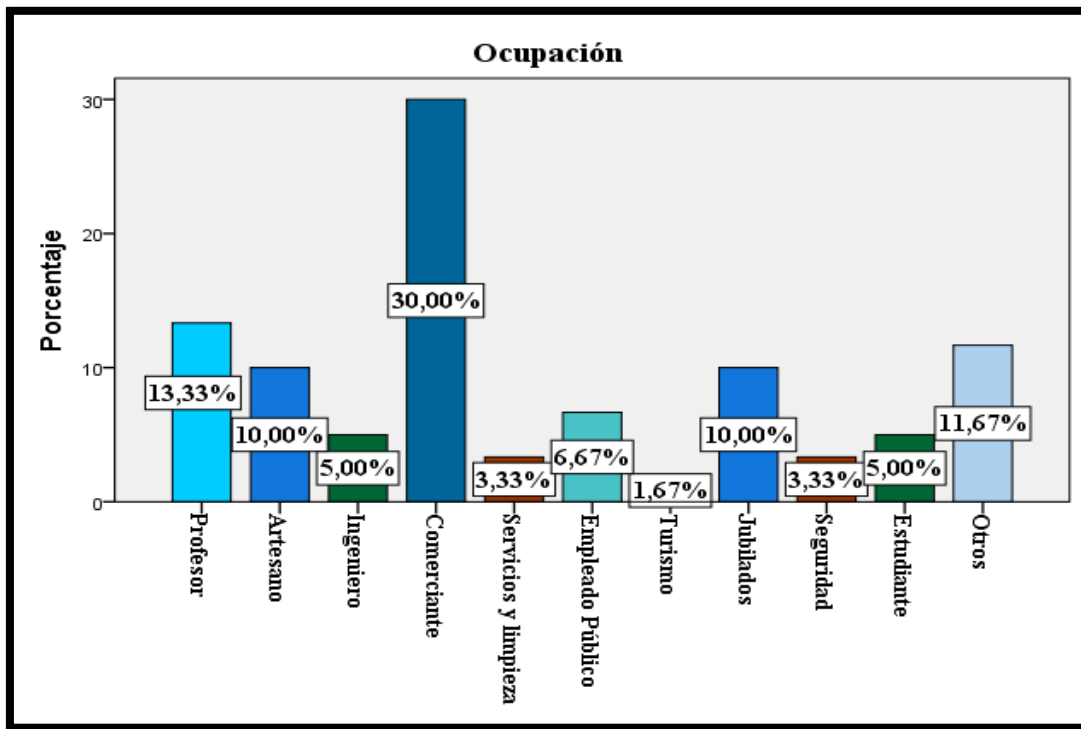


Figura 40. Ocupación de los encuestados

De igual manera, sigue predominando los inquilinos con un 81.48% (Figura 41) y las personas que trabajan en el sector con un 84.85%, sin embargo en este cuadro ya se puede apreciar un porcentaje de personas que estudian en el barrio con un 15.15% (Figura 42).

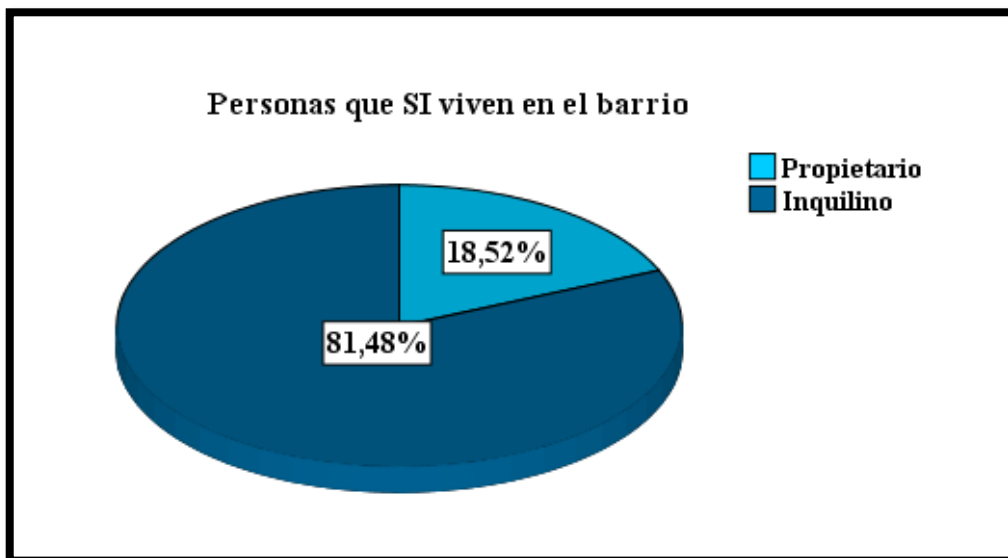


Figura 41. Encuestados que residen en el barrio

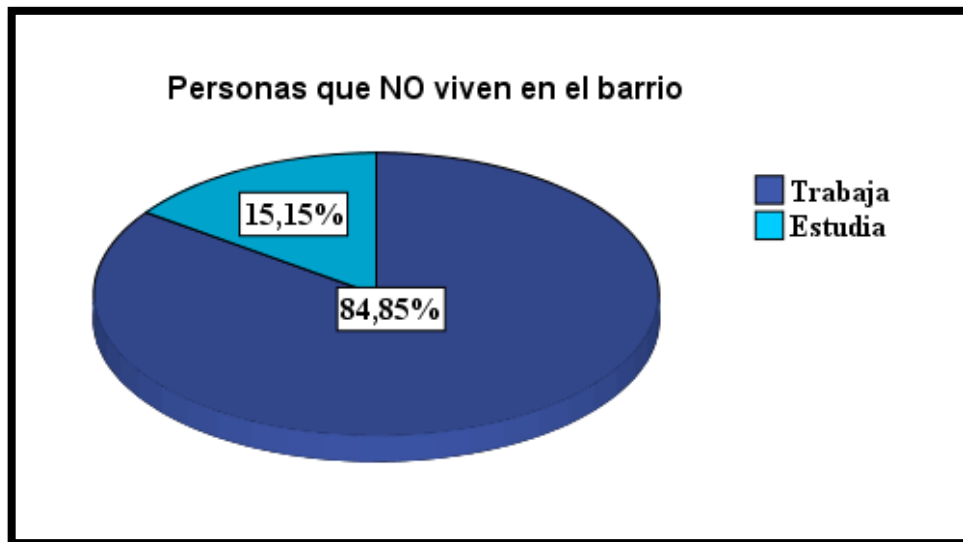


Figura 42. Encuestados que no residen en el barrio

De igual manera se puede ver que las personas permanecen bastante en el sector ya que más de la mitad (56.67%), han permanecido en el barrio por más de 10 años e incluso más (Figura 43).

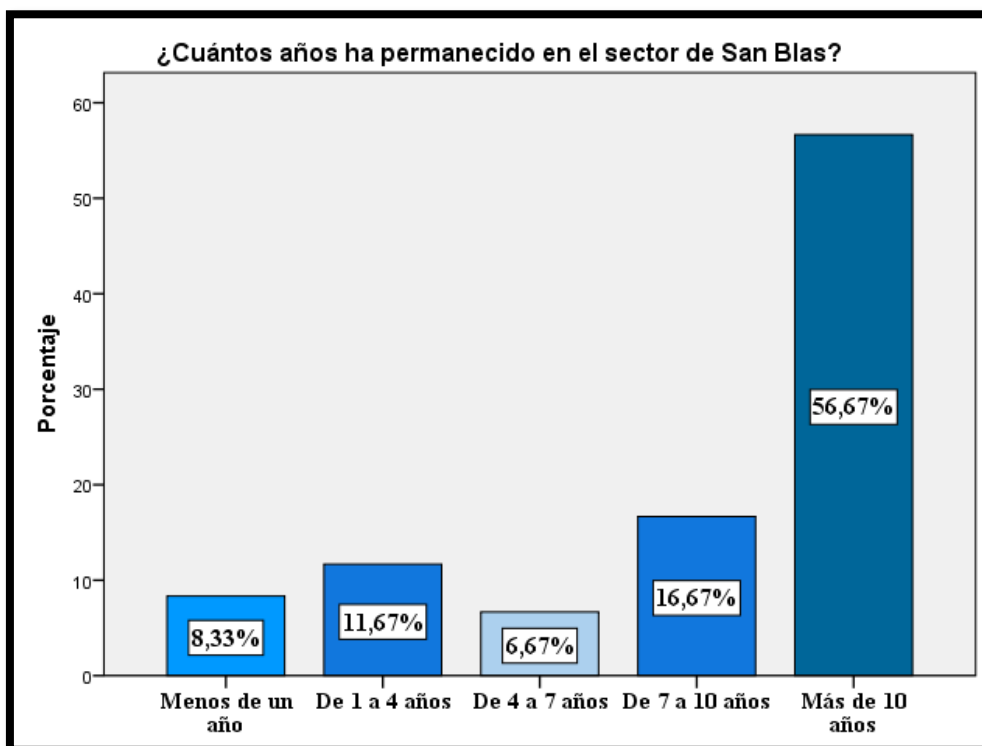


Figura 43. Porcentaje de años que han permanecido en el BSB

Como se mencionó anteriormente, para las personas que no percibían turismo se hizo una pequeña encuesta paralela donde se pudo ver que se mostraban muy interesadas en que el barrio si se consolide como un lugar donde exista esta actividad (81.67%) ya que consideran que puede beneficiar económicamente al barrio (88.33%) (Figura 44 y 45)

Sin embargo, tan sólo el 65% de dichas personas podría formar parte de una actividad relacionada con el turismo para que ayude a que el barrio se desarrolle positivamente (Figura 46).

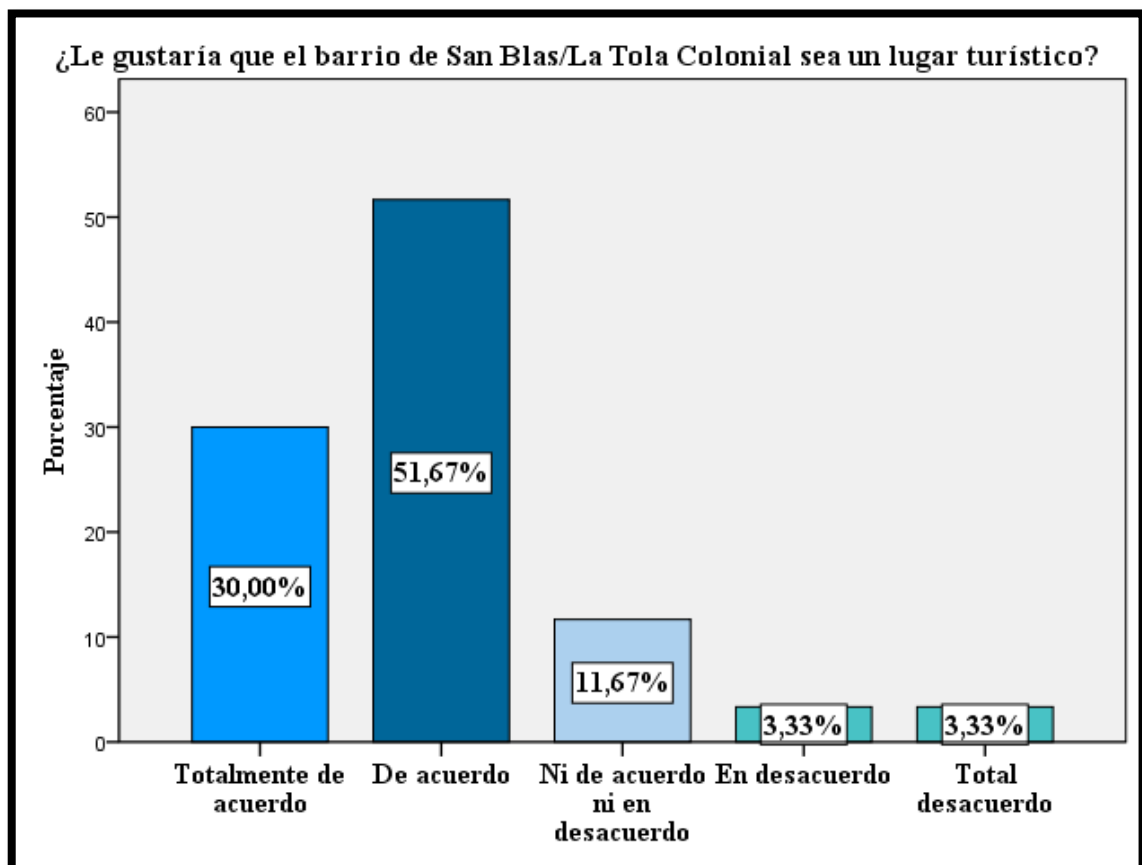


Figura 44.Pregunta 1 de la encuesta

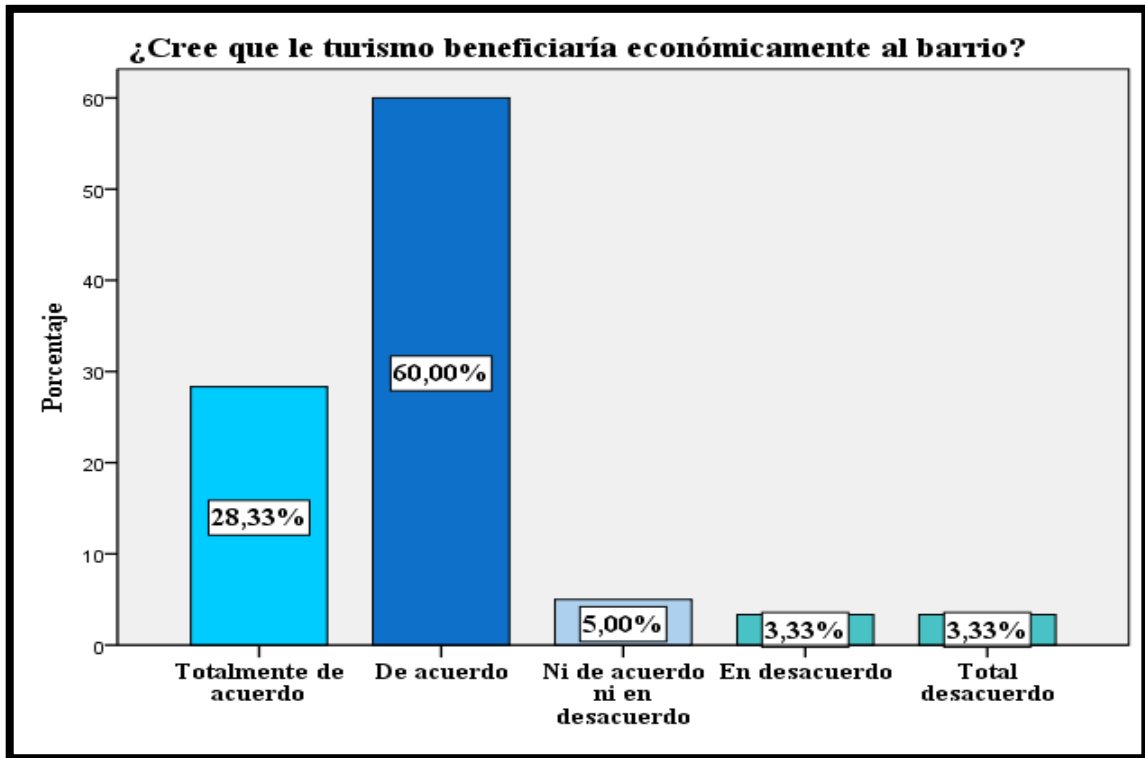


Figura 45. Pregunta 2 de la encuesta

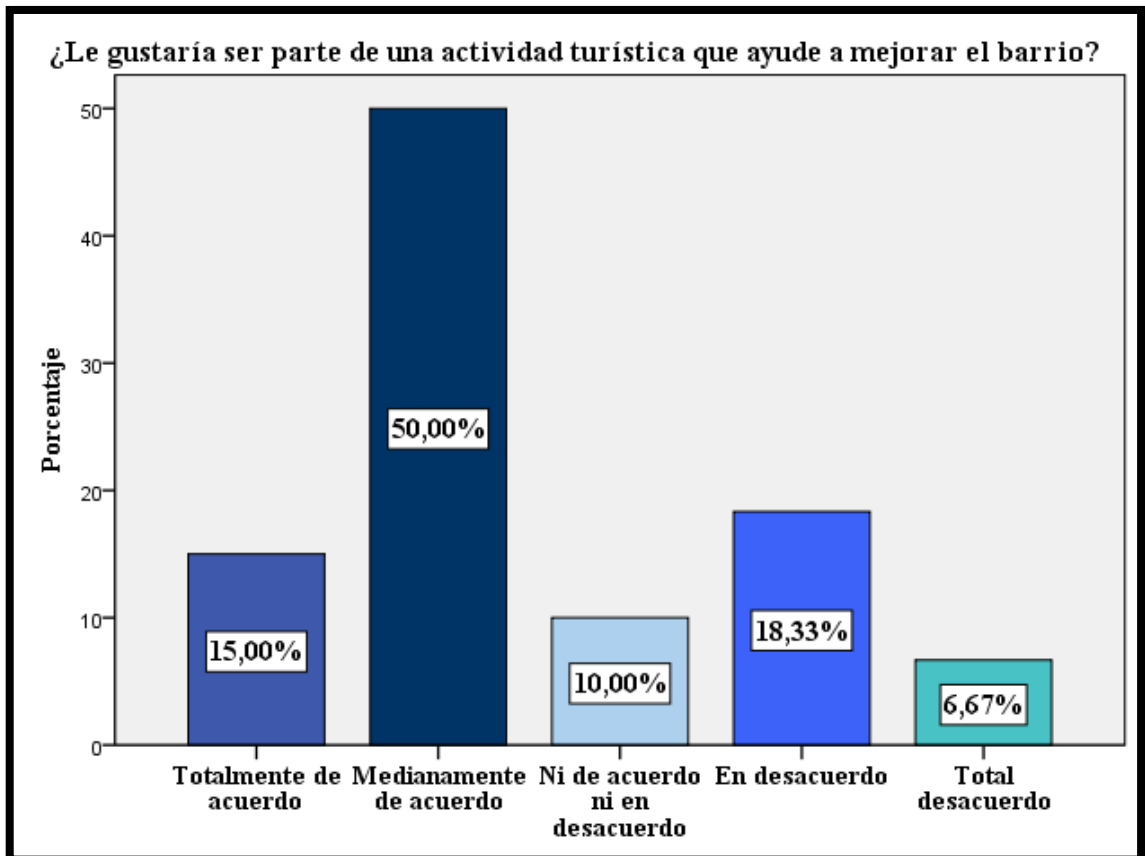


Figura 46. Pregunta 3 de la encuesta

Finalmente se puede apreciar en los resultados que las personas encuestadas que respondieron afirmativamente a la anterior pregunta, desean que las entidades públicas intervengan más en la zona para que el turismo se pueda desarrollar. Si bien es cierto la mayoría de personas apuestan por crear campañas (27.91%) que mejoren la imagen del barrio debido a los estigmas y prejuicios que ya poseen (Figura 48).

El 41.86% considera que trabajar en conjunto con las entidades públicas para planes de mejora puede aportar significadamente, añadiendo que el comité barrial como representantes del barrio que vela por los intereses de los mismos sea quien aporte y gestione dicha actividad (Figura 49).

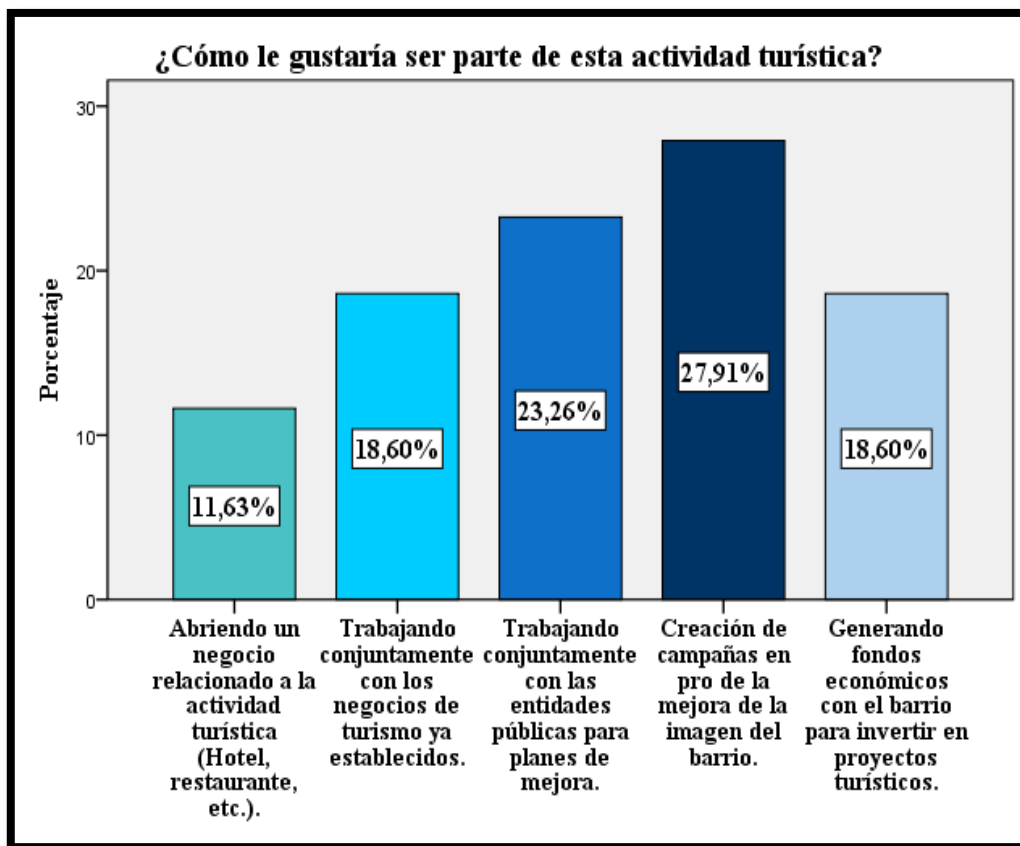


Figura 47. Pregunta 4 de la encuesta

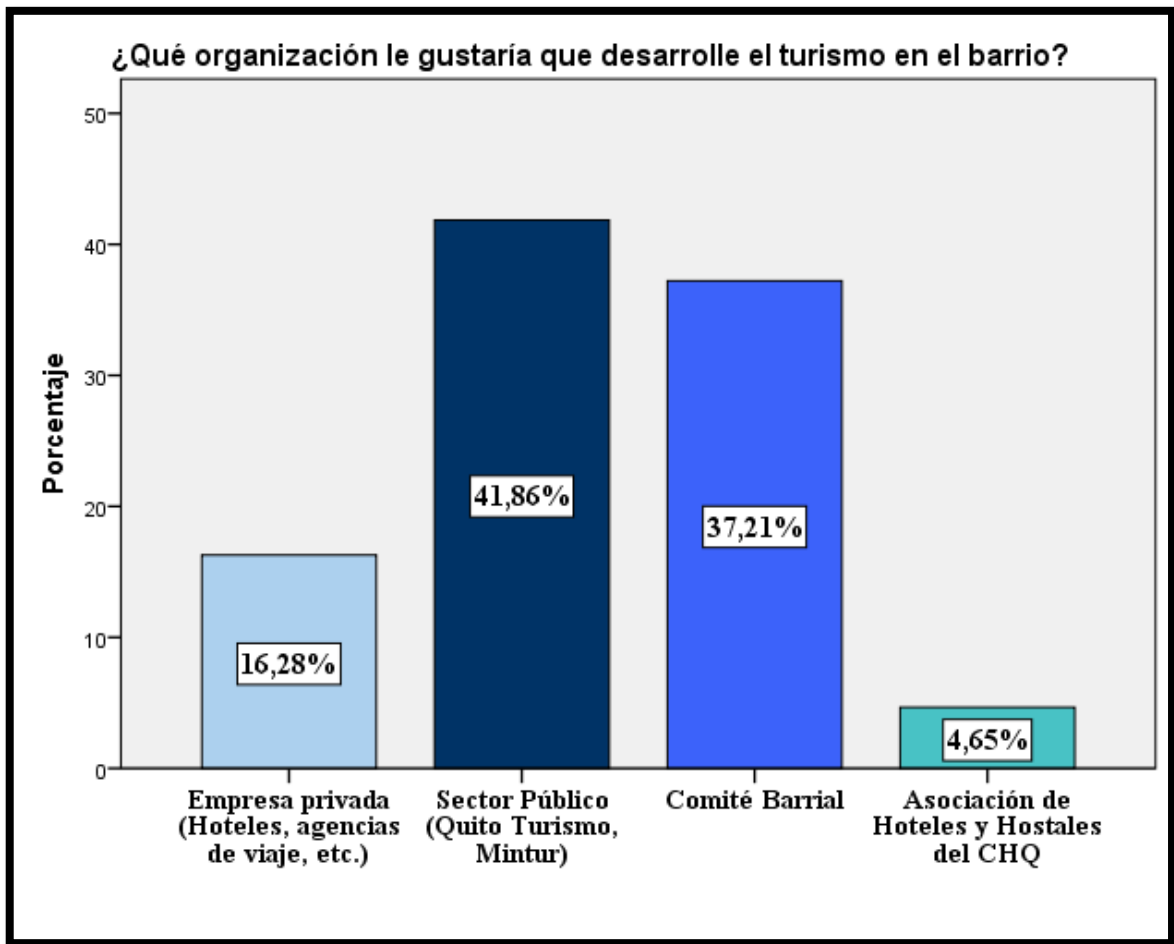


Figura 48. Pregunta 5 de la encuesta

Una vez revisado los resultados que se obtuvieron y ya conociendo las diferentes apreciaciones que tienen las personas en cuanto a desarrollar el turismo en el barrio se vio pertinente la creación de un plan estratégico presentado a continuación, el cual posee algunas propuestas e ideas que puedan servir para beneficio y revitalización del mismo, cumpliendo así con el último objetivo de la presente investigación.

4.4. Plan estratégico

San Blas como parte de la Tola Colonial es un lugar histórico y cultural donde la actividad turística se está desarrollando, tomando fuerza y probablemente se llegue a consolidar en los próximos años. Sin embargo es un espacio donde la existencia de problemas sociales, económicos, políticos, etc., confluyen y es importante tomar acción para que el turismo pueda desarrollarse de una manera sostenible.

Debido a que no existe ningún tipo de plan turístico a aplicarse en la zona, se hizo un taller participativo con los moradores del barrio que no tuvo la acogida esperada. Sin embargo gracias a las entrevistas y encuestas realizadas se obtuvo información válida para poder presentar una propuesta estratégica. Es así que a continuación se presenta una base de lineamientos que se espera puedan a servir proyectos futuros.

Se revisaron y se analizaron los ítems individualmente de la dimensión social, económica y ecológica, razón por la cual se hizo un cuadro resumen (Tabla 3 y 4) de las diferentes variables con sus respectivos resultados mayoritarios para luego de una discusión sobre las variables, el definir cuales ítems se relacionaban lo suficiente, hacer un cruce entre ellos y crear su respectiva propuesta que se considera se la podría llevar a cabo en un mediano y largo plazo; es decir en un periodo de aproximadamente 5 años para que la actividad turística se pueda desarrollar de manera sustentable a través del tiempo.

DIMENSIÓN SOCIAL			
ÍTEM	%REPRESENTATIVO	ÍTEM	%REPRESENTATIVO
1. Consideran que el turismo ayuda a que las costumbres y tradiciones se preserven.	Totalmente de acuerdo	6. Piensan que el turismo ha hecho que los residentes tomen conciencia en cuanto a mantener, cuidar y rehabilitar el barrio.	Totalmente de acuerdo
	36.43%		20.27%
	Medianamente de acuerdo		De acuerdo
	46.74%		42.96%
2. Consideran que cuidar los lugares históricos y culturales es favorable para el barrio y el turismo.	Totalmente de acuerdo	7. No creen que la seguridad del barrio ha mejorado por la llegada de turistas.	Total desacuerdo
	55.33%		15.81%
	De acuerdo		En desacuerdo
	43.30%		30.58%
3. Consideran que el turismo ha hecho del barrio un lugar más atractivo para conocer y vivir.	Totalmente de acuerdo	8. No creen que por el turismo el barrio se ha vuelto más peligroso.	Total desacuerdo
	36.77%		48.45%
	De acuerdo		En desacuerdo
	49.83%		12.03%
4. Consideran que el barrio está en condiciones de recibir turistas.	Totalmente de acuerdo	9. No consideran a los turistas como intrusos.	Total desacuerdo
	24.74%		47.42%
	De acuerdo		En desacuerdo
	36.77%		42.61%
5. Piensan que el turismo ha hecho que las autoridades tomen conciencia en cuanto a mantener, cuidar y rehabilitar el barrio.	Totalmente de acuerdo	10. Les gustaría ser parte de una actividad turística que ayude a mejorar el barrio.	Totalmente de acuerdo
	18.21%		35.05%
	De acuerdo		De acuerdo
	29.90%		41.58%
		11. Creen que la creación de proyectos turísticos beneficiará al desarrollo del barrio.	Totalmente de acuerdo
			44.33%
			De acuerdo
			48.80%

Tabla 3. Resumen resultados dimensión social
Fuente: Elaboración propia

DIMENSIÓN ECONÓMICA		DIMENSIÓN ECOLÓGICA	
ÍTEM	%REPRESENTATIVO	ÍTEM	%REPRESENTATIVO
1. No creen que por el turismo hayan subido los precios.	Total desacuerdo	1. Consideran que el aumento de turismo ha causado congestión vehicular y es necesario crear más	Totalmente de acuerdo
	19.59%		49.14%
	En desacuerdo		De acuerdo
	39.52%		45.36%
2. Piensan que la presencia de turistas ha generado más fuentes de empleo y comercios.	Totalmente de acuerdo	2. No consideran que el turismo ha hecho que el barrio sea un lugar más ruidoso.	Totalmente de acuerdo
	23.37%		49.14%
	De acuerdo		De acuerdo
	41.92%		45.36%
3. Creen que su calidad de vida ha mejorado por el turismo.	Totalmente de acuerdo	3. No considera que por el turismo ha aumentado la basura en las calles y lugares públicos.	Totalmente de acuerdo
	13.40%		49.14%
	De acuerdo		De acuerdo
	36.77%		45.36%
4. Consideran el turismo beneficia a negocios afines y no a todo el barrio.	Totalmente de acuerdo	4. No considera que por el turismo se ha dificultado transitar por las calles.	Totalmente de acuerdo
	23.02%		49.14%
	De acuerdo		De acuerdo
	37.11%		45.36%
5. Piensan que el Municipio debería invertir en infraestructura y promoción turística del barrio.	Totalmente de acuerdo		
	49.14%		
	De acuerdo		
	45.36%		

Tabla 4. Resumen resultados dimensión económica y ecológica
Fuente: Elaboración propia

ESTRATEGIA A LARGO PLAZO (1 A 5 AÑOS)

En primera instancia se tomó en cuenta los ítems relacionados a las condiciones del barrio como: basura, congestión vehicular, seguridad e infraestructura, ya que se considera que, para que la actividad turística se pueda realizar de una manera saludable (tratando de evitar impactos negativos que pueden convertirse en irreversibles) es de vital importancia mejorar ciertos aspectos coyunturales y amplios del barrio; que según se pudo verificar y escuchar, son temas que se los viene acarreado por décadas sin una solución concreta. Además, gracias a la información recabada se pudo definir que las personas no consideran que el turismo ha causado mayores impactos en dichas variables ya mencionadas, ya que como muchos moradores dijeron “siempre ha sido así”; razón por la cual se presenta la siguiente estrategia #1, la misma que necesita una inversión económica y tiempo considerable (aprox un lapso de 5 años) para poder llevarla a cabo, para conjuntamente con este plan base, solucionando dichos problemas estructurales, desarrollar a la par otras actividades más pequeñas a corto o mediano plazo para poder alcanzar el objetivo final; que es poder hacer turismo en el barrio.

CRUCES VARIABLES	ESTRATEGIA # 1	ACTIVIDADES	COSTOS	ACTOR INVOLUCRADO
Ítem 4 y 7 de D. Social, 5 de D. Económica e ítems 1 y 3 de D. Ecológica	Establecer y/o crear espacios de diálogo con los entes reguladores pertinentes para tomar acción y realizar mejoras en el barrio en cuanto a: condiciones infraestructura, vías, etc.	Realizar un diagnóstico por expertos para identificar las diferentes necesidades del barrio y elaborar un plan donde se las pueda evidenciar.	Contratación de expertos para realizar un diagnóstico de las necesidades del barrio: Arquitectos, sanitarios, ingenieros, etc. \$5000	Comité barrial y entidades públicas acorde a las necesidades,

ESTRATEGIAS A MEDIANO PLAZO (1 A 3 AÑOS)

Continuando con las estrategias dos y tres, se vio la necesidad de crear un nuevo concepto o imaginarios, junto con los ya establecidos. Es decir, aprovechar el concepto de que San Blas/La Tola Colonial es una zona de comercio, es el punto de entrada norte al CHQ y a la vez el punto transitorio al Quito moderno. Pero ahora, empezar a generar la idea de que es también una zona de cultura y tradición, un lugar que posee bellas vistas de la ciudad y se puede apreciar arquitectura colonial, un espacio donde se puede ir a disfrutar la verdadera gastronomía quiteña y ahora incluso, donde se puede disfrutar de ocio nocturno. Se considera que, para la creación de dicho concepto es también necesario la participación activa del barrio con la generación de actividades atractivas que fortalezcan este concepto; para así generar un nuevo enfoque del barrio hacia las personas de la ciudad de UIO, del país, extranjeras, etc., para poco a desechar los imaginarios de criminalidad y personas externas visiten sin temor e inclusive puedan ver que este es un espacio renovado, lleno de vitalidad y oportunidades donde se pueda invertir.

CRUCES VARIABLES	ESTRATEGIA # 2	ACTIVIDADES	COSTOS	ACTOR INVOLUCRADO
Ítems 3, 10, 11 de D. Social e ítems 2 y 4 de D. Económica	Crear un ambiente de vitalidad en el barrio para posicionarlo como un espacio de comercio. Generando la idea de que es un punto de cruce entre lo antiguo y moderno donde se puedan realizar diferentes tipos actividades tanto en el día como en la noche, para así convertirse en un punto clave de visitar por turistas extranjeros y nacionales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear una feria cada cierto periodo de tiempo donde todas las personas del barrio puedan hacer uso de su propio espacio para poder ofertar sus productos, servicios, creando rutas dinámicas para que visitantes. 2. Aprovechar, fortalecer y promocionar la oferta quiteña gastronómica del barrio a turistas. 3. Crear eventos nocturnos en las calles más representativas del barrio cada cierto periodo y generar el imaginario de una noche bohemia en la Tola Colonial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stands \$100 (50) = 5000 Promoción y logística= \$1000 Feria = \$6000 2. Establecer contacto con UIO Turismo. Promoción propia \$500 aprox. 3 Logística (bebidas, decoración, flyers, etc.)= \$200, banda \$350. Total: \$550 	Comité Barrial y la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ

En cuanto a la tercera estrategia, se la desarrolló a partir del ítem número cinco de la dimensión económica debido a que se la considero una variable de peso que se la podía desarrollar una vez que las diferentes actividades mencionadas se lleven a cabo ya que si bien es cierto, la Presidenta de la Asociación de Hoteles y Hostales considera un factor de suma importancia que el barrio necesita sobre todo ahora que el turismo se está incrementando, es necesario solucionar primero solucionar los problemas ya mencionados, generar actividades atractivas en el barrio bajo un concepto que realmente se pueda promocionar.

Ítem 5 Económica D.	Promoción de todas las actividades y eventos del barrio	1. Establecer el contacto directo entre el barrio y las entidades públicas junto con un plan de acción para que estas puedan promocionar todas sus actividades 2. Solicitar a los medios como televisión, prensa escrita, radio u otros. 3. Redes sociales	Propaganda en tv: \$200 Spot de 30 seg. en radio: \$200 Anuncio en periódicos: \$80 Anuncio en redes sociales (Facebook con un alcance de 1091 likes aprox): \$20 Total: \$500	Comité Barrial y la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ
---------------------	---	--	--	--

*Se recomienda buscar el apoyo de auspiciantes y/o entidades que puedan apoyar económicamente o con lo que se requiera para llevar a cabo los eventos.

ESTRATEGIAS A CORTO PLAZO (1 AÑO)

Las dos últimas estrategias, se basan en ítems de la dimensión social las cuales, se considera son las más prontas a poder realizar debido a que para que la actividad turística se pueda desarrollar en un barrio como San Blas/la Tola Colonial, es necesario la participación activa de su gente en sus propias actividades como barrio, fortalecerse como tal para así poder en un futuro llegar a hacer cosas más grandes. Dichos ítems señalan la importancia de cuidar sus costumbres y lugares de importancia cultural, razón por la cual se vio una oportunidad de usos del espacio y su gente.

CRUCES VARIABLES	ESTRATEGIA	ACTIVIDADES	COSTOS	ACTOR INVOLUCRADO
Ítem 10 de la D. Social	Fomentar la participación activa de los moradores del barrio	Organización de mingas, reuniones barriales cada cierto período de tiempo para generar ideas y evaluar las mismas.	Tener y/o crear un fondo barrial para los eventos y actividades del barrio.	Comité Barrial
Ítems 1 y 2 de D. Social	Fortalecer las actividades sociales y culturales a través del posicionamiento de las fiestas barriales con la participación de los grupos culturales de la zona para conjuntamente hacer uso del espacio público con fines turísticos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organización y planificación 2 Promoción y difusión 3. Ejecución 4. Proceso de retroalimentación 	Logística (Bebidas, luces, decoración, etc.): \$500. Presentación grupos: \$160 Total: 660	Comité Barrial y grupos culturales de la zona

El turismo es una actividad de largo plazo, sobre todo en un barrio donde los problemas estructurales son evidentes y la actividad turística puede tomar tiempo y mucho esfuerzo. Haciendo un manejo adecuado, donde se desarrolle esta actividad, se puede pensar en un turismo sostenible a largo plazo, caso contrario se puede dar este fenómeno sin ningún tipo de control y enfoque claro.

De acuerdo a la percepción de los moradores sobre el turismo, se ve que existe una aceptación general, por lo cual se invita a que la gente se vaya involucrando poco a poco, recordando que el turismo no es una solución a todos los problemas del barrio, pero si puede ser una gran oportunidad para los mismos, ya que puede generar otras alternativas de desarrollo económico.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Este estudio se inició para investigar las actitudes y percepciones de los moradores del barrio de San Blas sobre varios ítems de impacto turístico, su influencia, sus beneficios y sus inconvenientes.
- La percepción, entendida como una parte básica de la conciencia, recibe y procesa información para luego poder emitir un juicio. Precisamente esto fue lo que se constató con los moradores del barrio al realizar el levantamiento de información pues las personas incluso daban su opinión no solo frente al turismo sino a las diferentes dinámicas sociales o económicas que se veían relacionadas.
- El realizar estudios para conocer la percepción social son de vital importancia ya que las personas emiten juicios de su realidad percibida en base al medio en el que se desarrolla, siendo justamente lo que se vio en San Blas, ya que como Pino (2007) señalaba gracias a esto se pudo determinar el grado de aceptación social del barrio frente al turismo.
- Vilanova (2003) afirmaba que los ambientes urbanos son espacios “densos” ya que son el resultado de largos procesos de transformación que debido a su posición privilegiada son objeto de todo tipo de proyectos de reconversión a nuevas actividades. San Blas es justamente el espacio urbano que describe este autor ya que incluso siendo parte de un núcleo histórico es un lugar donde confluyen un sinnúmero de actividades sociales, económicas, culturales, turísticas, etc., que ha sufrido un gran número de intervenciones de todo con un crecimiento acelerado y desordenado.
- En cuanto a los resultados del estudio cuantitativo, los ítems que se trataron en el estudio fueron de tipo social, económico y ecológico ya que el turismo actúa como un eje transversal frente a las dimensiones ya mencionadas.
- La información recabada en la presente investigación es enriquecedora ya que al conocer la percepción de los moradores se pueden tomar acciones para presentes y futuras propuestas a desarrollar en el barrio ya que dicho estudio refleja el grado de predisposición que tienen los moradores para fomentar la actividad en el barrio.
- Los moradores del BSB se dividieron en aquellas personas que percibían la actividad turística como las que no. Esto se debe a que hay zonas dentro del mismo barrio que tienen una gran afluencia de turistas mientras que otras donde es muy escasa e incluso

casi nula. Sin embargo ambas partes reconocieron los beneficios que el turismo puede traer a la zona ya que de manera general las personas se encuentran positivamente inclinadas a que la actividad turística se desarrolle con fuerza debido a que consideran que puede brindar muchas contribuciones y oportunidades.

- Los beneficios que la comunidad percibe que pueden obtener del turismo, relacionado al incremento de calidad de vida, oportunidades de comercio, generación de empleo, un mejor lugar para vivir, enriquecimiento cultural, conservación de espacios históricos/culturales, generación de conciencia en recuperar la zona y de manera general un desarrollo potencial para el barrio.
- Los problemas sociales y estructurales que existen en la zona van más allá de la actividad turística pues perciben que se necesita un plan, un control o nuevo manejo en algunas áreas complicadas que representan un problema para el barrio puesto que algunos de ellos se han venido acarreado durante algunos años como son: la recolección de basura, salubridad, exceso de vehículos, inseguridad y demás situaciones de peso que son sumamente necesarias de atender para que el barrio y los próximos turistas puedan realmente disfrutar de un mejor espacio urbano y de un ambiente sostenible.
- Para que la actividad turística tenga un desarrollo sostenible en cualquier espacio, ésta depende de una planificación bajo una gestión sensible a los impactos sociales que pueda tener en la comunidad, para así se poder incorporar estrategias efectivas que acentúen los beneficios y se evite o se mejore los impactos negativos.
- El crecimiento turístico que está teniendo el barrio sin ningún tipo de planificación puede traer consecuencias de todo tipo ya que si no se lo regula puede crear conflictos internos y sociales entre la población (migración, competencia desleal, ingreso de mafias, aumento de la delincuencia, etc.) donde puede llegar al punto de no poder controlarlo.
- Por la inexistencia de una proyección a futuro coherente, San Blas como espacio urbano puede llegar a estar en permanente tensión por la presión urbanizadora que se puede dar si el crecimiento de población, negocios, etc., van en aumento y es por eso de vital importancia integrar planes urbanísticos para un crecimiento sostenible.
- Finalmente el presente estudio marca una línea base para próximas investigaciones a realizar en el barrio puesto que se ha planteado la visión de los moradores con respecto al fenómeno del turismo lo cual es un punto de partida que permitirá la creación de

proyectos e incluso para que la actividad se desarrolle de una manera armónica y sostenible.

5.2.Recomendaciones

- Debido a que ya se conoce la percepción de los moradores y su apertura a que la actividad turística se desarrolle es importante ahora conocer la percepción del turista que visita la zona para así poder definir su postura frente al barrio y revisar cuáles podrían ser los planes de acción complementarios que ayuden a hacer del turismo una actividad que se desarrolle íntegramente.
- El objetivo principal de esta investigación fue ver y analizar la percepción de los moradores frente a la actividad turística donde se comprobó que la consideran beneficiosa. Sin embargo este fue un parámetro estudiado a lo cual se recomienda analizar la parte objetiva, es decir si realmente el turismo está trayendo los beneficios que las personas perciben.
- Para que la actividad turística se pueda desarrollar de una manera saludable es importante la participación activa del barrio junto con los actores sociales identificados en la zona, considerando un trabajo en conjunto para así tomar fuerza y poder generar cambios notables, ya que existe la buena intención de que el sector pueda revitalizarse, más es importante empezar a tomar acción frente a las diferentes situaciones que el barrio atraviesa.
- Se recomienda tomar en cuenta el plan estratégico presentado anteriormente ya que puede ser una oportunidad para que el barrio pueda generar turismo y las personas consideren un espacio seguro de visitar.
- Para finalizar se recomienda actualizar información ya que fue una de las grandes limitaciones para poder realizar la descripción de la zona. A su vez sería óptimo investigar el sector desde diferentes ámbitos (social, ecológico, cultural, etc.) para poder generar planes y diagnósticos pertinentes que ayuden a una seria revitalización del sector.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Almeida, A. (2013). *Reestructuración Urbana El Ejido - San Blas*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/5529>
- Álvarez, A. (2005). *La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teóricos - metodológicos*. Coruña - España. Obtenido de La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teóricos - metodológicos.
- Arboleda, P. (14 de 08 de 2018). Coordinadora de Operaciones de Quito Turismo – Área de Desarrollo. (M. Paredes, Entrevistador)
- Ardila, A. (1980). *Psicología de la Percepción*. México: Trillas.
- Arias, C. (2006). *Enfoques Teóricos sobre la Percepción que tienen las Personas*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4907017.pdf>
- Bartley, H. (1980). *Principios de Percepción*. México: Trillas.
- Bejarano, H., Torres, M., Saldarriaga, M., & Urrego, C. G. (2017). El turismo urbano como oferta turística alternativa en Medellín: comportamientos espaciales de la ciudad como destino turístico. *Humanismo*, 09.
- Breuer. (2015). El Esquema Corporal - Conocimiento experiencial de sí mismo y (auto-) construcción. *Eikasia*.
- Brida, J., Riaño, E., & Zapata, S. (2012). *Percepciones de los Residentes acerca de los Impactos del Turismo de Cruceros en la Comunidad*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/398/39823167004.pdf>
- Burgos, C. (2010). *CENTRO HISTÓRICO DE QUITO. POTENCIALIDADES DE UN DISTRITO*. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5176/2/TFLACSO-2010CABD.pdf>
- Campaña, L. (07 de Mayo de 2018). Entrevista a Lenín Campaña - Vicepresidente de la Asociación de Hoteles y Hostales de CHQ. (M. Paredes, Entrevistador)
- Campaña, L. (07 de 05 de 2018). Vicepresidente de la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ. (M. Paredes, Entrevistador)

Capel, H. (2003). *Ciudades, arquitectura y espacio urbano*. Obtenido de A Modo de Introducción: Los problemas de las ciudades. Urbs, civitas y polis: <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/3/mediterraneo-economico-3.pdf>

Chong, M., Carmona, A., & Pérez, M. (2012). *El análisis de sitio y su entorno en el desarrollo de proyectos arquitectónicos y urbanos*. Obtenido de <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/40119/RUA8p15.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Cifuentes, M. (2016). Planificación Urbana, Modernización Vial y Cambios en la Vida Cotidiana de Quito: El caso del Barrio San Blas 1967 - 1973. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5755/1/03-ES-Cifuentes.pdf>

Congo, W. (02 de 08 de 2018). Policía UPC La Tola Colonial - Cabo Primero. (M. Paredes, Entrevistador)

Day, R. (1973). *Psicología de la Percepción Humana*. México: Limusa-Wiley.

DMQ. (2012). *Plan Metropolitano de Desarrollo*. Obtenido de http://www.quito.gob.ec/documents/Plan_Metropolitano_desarrollo_2012-2022.pdf

Ecuador Travel. (02 de Junio de 2017). *Barrios Vivos: La Otra Cara del Quito Colonial*. Obtenido de <https://ecuador.travel/es/barrios-vivos-la-otra-cara-del-quito-colonial/>

El Comercio. (2013). *Quito Patrimonio Digital*. Obtenido de <http://patrimonio.elcomercio.com/patrimonio-historico/san-blas/historia#.WtRT2ojwbIU>

El Comercio. (21 de Junio de 2016). *Hosterías, restaurantes y comercios son más visibles en San Blas*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/hosterias-restaurantes-comercios-sanblas-quito.html>

El Comercio. (11 de mayo de 2017). *Hostales de bajo costo en La Tola y San Blas le apuestan al Turismo*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/hostales-precio-turismo-latola-sanblas.html>

Eruotor, V. (Mayo de 2014). *The Economic Importance of Tourism in Developing Countries*. Obtenido de https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/74531/eruotor_victor.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Estupiñan, D. (febrero de 2014). *La Licuadora: Ruinas y Memoria*. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/6558/2/TFLACSO-2014DLET.pdf>
- Faulkner, B., & Tideswell, C. (1997). *A Framework for Monitoring Community Impacts of Tourism*. Obtenido de https://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1016&context=gcm_pubs
- Forgus, R. (1978). *Percepción: proceso básico en el desarrollo cognoscitivo*. México: Trillas.
- Freeman, W. (abril de 1991). *Fisiología de la Percepción*. Obtenido de <https://investigacionyciencia.es/revistas/investigacion-y-ciencia/arquitectura-por-ordenador-46/fisiologa-de-la-percepcin-5739>
- García, A., Serrano, R., Osorio, M., & López, E. (2015). *Percepcion de la Comunidad en torno al Turismo como Factor de Desarrollo Local. Caso San Pedro Tultepec, Mexico*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n16.04>
- Gateau, E. (2006). Planeamiento urbano para un crecimiento ordenado y sostenible. *Revista de la Diputación de Barcelona*, 5. Obtenido de <https://www1.diba.cat/uliep/pdf/42852.pdf>
- Gehl, J. (2010). *Ciudades para la Gente*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Gehl, J. (2014). *Ciudades para la Gente*. Obtenido de <http://cisav.mx/wp-content/uploads/2017/03/M4T3.-Gehl-Jan-Ciudades-para-la-gente-cap.-1.pdf>
- González, F. (2002). *Transformaciones Urbanas y Patrimonio. Opciones para los espacios turísticos y residenciales consolidados del litoral*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xdM8cOMRGQsJ:www.cervantesvirtual.com/descargaPdf/transformaciones-urbanas-y-patrimonio-opciones-para-los-espacios-turisticos-y-residenciales-consolidados-del-litoral--0/+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Gutiérrez, D. (2009). *Las Actitudes de los Residentes ante el Turismo*. Obtenido de <ftp://tesis.bbt.k.ull.es/ccssyhum/cs256.pdf>
- Gutiérrez, D., & Díaz, R. (2009). *Impacto de las Dimensiones Económica y Medioambiental en la Actitud hacia el turismo*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/271907263_IMPACTO_DE_LAS_DIMENSI

ONES_ECONOMICA_Y_MEDIOAMBIENTAL_EN_LA_ACTITUD_HACIA_EL_TURISMO

Hernández, S., Sánchez, C., & Ginés, C. (2008). *Turismo y desarrollo sostenible en los espacios urbanos. El caso de las Palmas de Gran Canaria*. Obtenido de https://acceda.ulpgc.es/.../5/Turismo_desarrollo_sostenible_Coloquio_Turismo.pdf

ICQ. (2016). *Dinámicas Demográficas en el Centro Histórico de Quito*. Obtenido de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/coyuntura-sicoms/186-dinamicas-demograficas-en-el-centro-historico-de-quito.html#ftnref1>

ICQ. (2016). *Dinámicas Demográficas en el Centro Histórico de Quito*. Obtenido de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/coyuntura-sicoms/186-dinamicas-demograficas-en-el-centro-historico-de-quito.html#ftnref1>

ICQ. (2016). *La Movilidad Urbana en el Centro Histórico de Quito*. Obtenido de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/coyuntura-sicoms/191-la-movilidad-urbana-en-el-centro-historico-de-quito-5-14.html>

ICQ. (2016). *La Vivienda en el Centro Histórico*. Obtenido de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/coyuntura-sicoms/187-la-vivienda-en-el-centro-historico-de-quito.html>

ICQ. (2016). *Movilidad Humana y Residencia en el Centro Histórico de Quito*. Obtenido de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/noticias/190-movilidad-humana-y-residencia-en-el-centro-historico-de-quito.html>

Ide, A. (2012). *Renovación Urbana Sustentable*. Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/112693/ide_a.pdf?sequence=1

Instituto de la ciudad. (2016). *Análisis de encuesta multipropósito DMQ*. Obtenido de <http://institutodelaciudad.com.ec/encuestamulti/Informe%20MUNICIPIO%20Encuesta%20Multiproposito%20ANALISIS.pdf>

Instituto de la Ciudad. (2016). *Calidad de Vida y Patrimonio Urbanístico en el Centro Histórico de Quito. Resultados de la Encuesta Multipropósito*. Obtenido de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/coyuntura-sicoms/185-encuesta-multiproposito-en-el-chq-3.html>

La Hora. (10 de enero de 2000). *San Blas: Un Barrio Completo*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1000010656/san-blas-un-barrio-completo>

Luque, O. (16 de Mayo de 2018). Entrevista Ovidio Luque - Free Walking Tour. (M. Paredes, Entrevistador)

Luque, O. (16 de 05 de 2018). Guía del Free Walking Tpur. (M. Paredes, Entrevistador)

Márquez, A., & Sánchez, Á. (2007). Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56906409>

Márquez, U. (2014). Valor de uso y espacio urbano: la ciudad como eje central de la conformación política, cultural y simbólica de las sociedades. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v59n222/v59n222a8.pdf>

Mason, P., & Cheyne, J. (2000). *RESIDENTS' ATTITUDES TOWARD PERCEIVED TOURISM BENEFITS*. Obtenido de <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/ijmmre/ijmmr-v4n3-2011/IJMMR-V4N3-2011-4.pdf>

Ministerio de Vivienda y Urbanismo - Minvu. (2010). *Inventario de Metodologías de Participación Ciudadana en el Desarrollo Urbano*. Obtenido de www.minvu.cl/.../download.aspx?...INVENTARIO%20DE%20METODOLOGÍAS..

Monterrubio, J. (2009). *Comunidad Receptora: Elemento Esencial en la Gestión Turística*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223314808005>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2018). *Quito Alcaldía*. Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/index.php/administracion-zonales/administracion-zonal-manuela-saenz#objetivo>

Organización Mundial del Turismo y Comisión Europea de Turismo. (2005). *El Turismo Urbano y la Cultura*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Ortiz, A., Peralta, E., & Moreira, P. (2004). *Guía de Arquitectura - Ciudad de Quito*. Quito - Sevilla: Junta de Andalucía.

Oviedo, G. (2004). *La Definición del Concepto de Percepción en Psicología con base en la Teoría de Gestalt*. Obtenido de <https://www.ufrgs.br/psicoeduc/gestalt/percepcion-en-la-teoria-gestalt/>

Oviedo, S. (24 de noviembre de 2014). *Centro histórico de Quito: Cambios en la configuración residencial y usos de suelo urbano asociados al turismo*. Obtenido de

Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales:
http://estudiosurbanos.uc.cl/images/tesis/2014/MHM_Soledad_Oviedo.pdf

Peralta, E., & Moya, R. (2007). *Guía Arquitectónica de Quito*. Quito: Trama Ediciones.

Pérez, A. (15 de Mayo de 2018). Entrevista - Presidenta de la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ. (M. Paredes, Entrevistador)

Pérez, A. (15 de 05 de 2018). Presidenta de la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ. (M. Paredes, Entrevistador)

Pérez, G. (2002). *Investigación Cualitativa. Retos e interrogantes. II Técnicas y análisis de datos*. Madrid: La Muralla S.A.

Pino, R. (2007). *Apuntes sobre los Estudios de Percepción Social de la Ciencia y la Tecnología*. Obtenido de https://www.upf.edu/pcstacademy/_docs/ApuntesFecyt.pdf

Ponce, G. (2010). *Las Ciudades Patrimoniales Cubanas como Producto Turístico*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4066251>

Procolombia. (2016). *Potencial del Turismo Urbano y sus Tendencias*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/vacacional/conozca-el-potencial-del-turismo-urbano-y-sus-tendencias>

Quecedo, R., & Castaño, C. (2003). *Introducción a la Metodología de Investigación Cualitativa*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>

Quito Turismo. (2016). *Quito en Cifras*. Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>

Richers, B., Harvey, C., Casanoves, F., DeClerck, F., & Benjamin, T. (2011). *¿Cómo hacer talleres participativos con respuestas individuales?* Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/283491266_Como_hacer_talleres_participativos_con_respuestas_individuales

Rivas et al. (2006). *Caracterización y Agenda de Desarrollo del Subsector Centro Histórico*. Quito: JOKAMA.

Rivas, A., Mejía, A., Yépez, A., & Montúfar, F. (2006). *Caracterización y Agenda de Desarrollo del subsector Centro Histórico*. Quito: Trama.

Rojas, J. (14 de febrero de 2018). *Comité Pro-Desarrollo "La Tola Colonial"*. Obtenido de

http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Comisiones%20del%20Concejo/Participaci%C3%B3n%20Ciudadana%20y%20Gobierno%20Abierto/2018/2018-03-05/2.%20Comisi%C3%B3n%20general/Comit%C3%A9%20Pro-Desarrollo%20La%20Tola%20Colonial.pdf

Rojas, J. C. (8 de Mayo de 2018). Entrevista - Presidente del Comité Pro Desarrollo La Tola Colonial. (M. Paredes, Entrevistador)

Rosero, S. (2018). *El nuevo ambiente de la Tola Colonial*. Obtenido de <http://www.revistamundodineros.com/?p=8122>

Sánchez, V. (SF). *La participación ciudadana en el desarrollo urbano*. Obtenido de http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/jurjal/jurjal48/participacion_ciudadana.pdf

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2011). *La Participación Ciudadana*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/La-participaci%C3%B3n-Ciudadana.pdf>

Sierbert, B. (14 de 08 de 2018). Gerente General Latina Real Tours. (M. Paredes, Entrevistador)

Soto, C., & Torres, E. (2011). Producto multimedial sobre la regeneración urbana, agente productor de sociabilidad, desarrollo cultural e identidad del sector San Blas. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2678/1/TESIS%20DE%20REGENERACION%20SAN%20BLAS.pdf>

Stanford Encyclopedia of Philosophy. (08 de Marzo de 2005). *El Problema de la Percepción*. Obtenido de <https://plato.stanford.edu/entries/perception-problem/>

Troitiño, M. (2003). *Ciudades, Arquitectura y Espacio Urbano. La Protección, Recuperación y Revitalización Funcional de los Centros Históricos*. Obtenido de <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/3/mediterraneo-economico-3.pdf>

Unesco. (2007). *Centros Históricos para Todos*. Obtenido de http://mirror.unhabitat.org/downloads/docs/10362_2_594122.pdf

Vargas, L. (1994). *Sobre el Concepto de Percepción*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711353004>

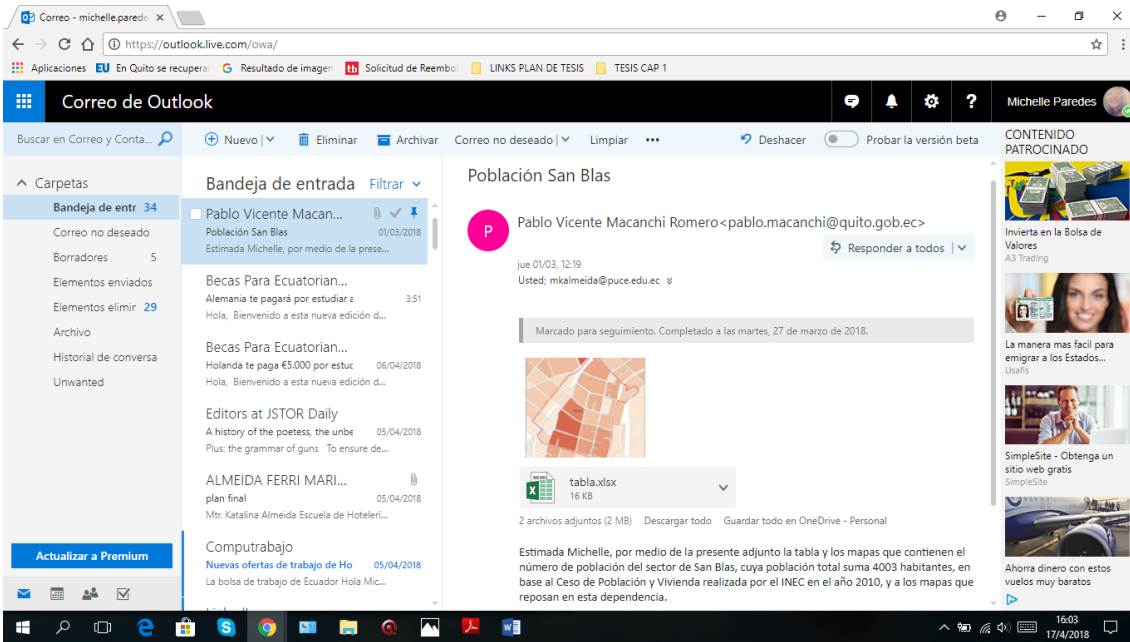
Varisco, C. (2013). *Sistema Turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

Vergara, E. (25 de 04 de 2018). Presidente de la Asociación de Comerciantes del Mercado Central. (M. Paredes, Entrevistador)

Vilanova, J. (2003). *Ciudades, arquitectura y espacio urbano* . Obtenido de Las Dinámicas Morfológicas Metropolitanas: <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/3/mediterraneo-economico-3.pdf>

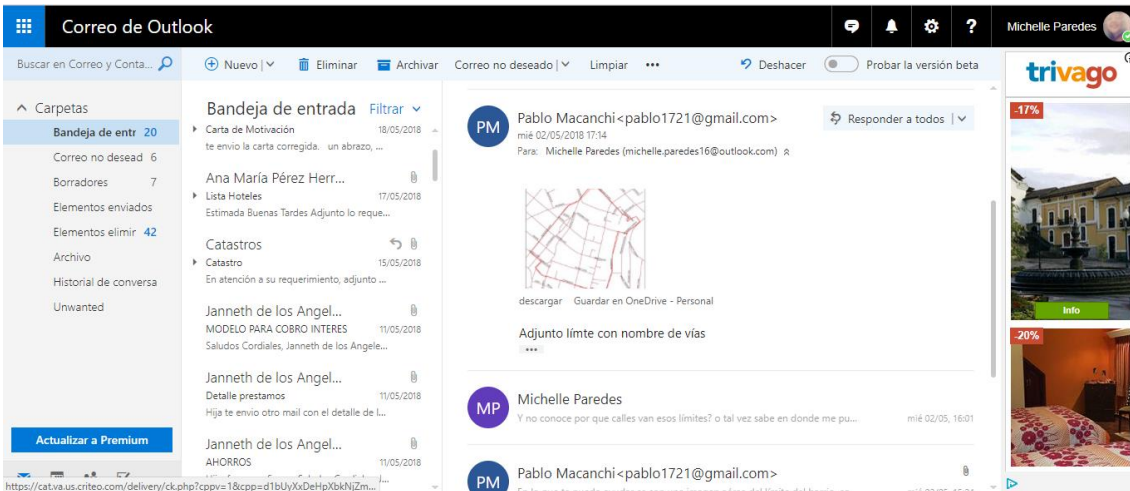
7. ANEXOS

7.1. Anexo 1



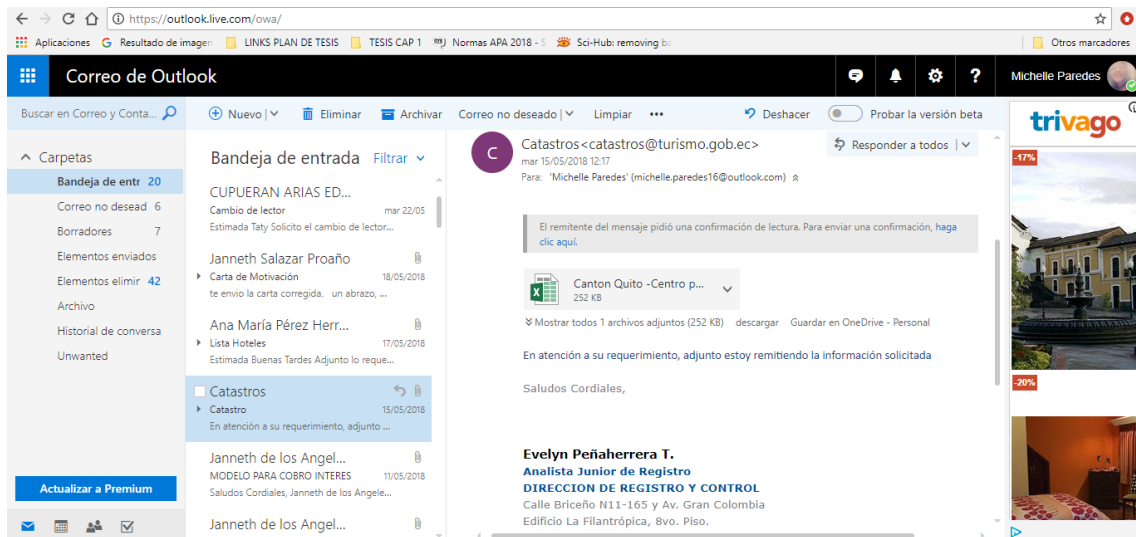
Mail población San Blas por la Dirección Metropolitana de Desarrollo Urbanístico.

7.2. Anexo 2



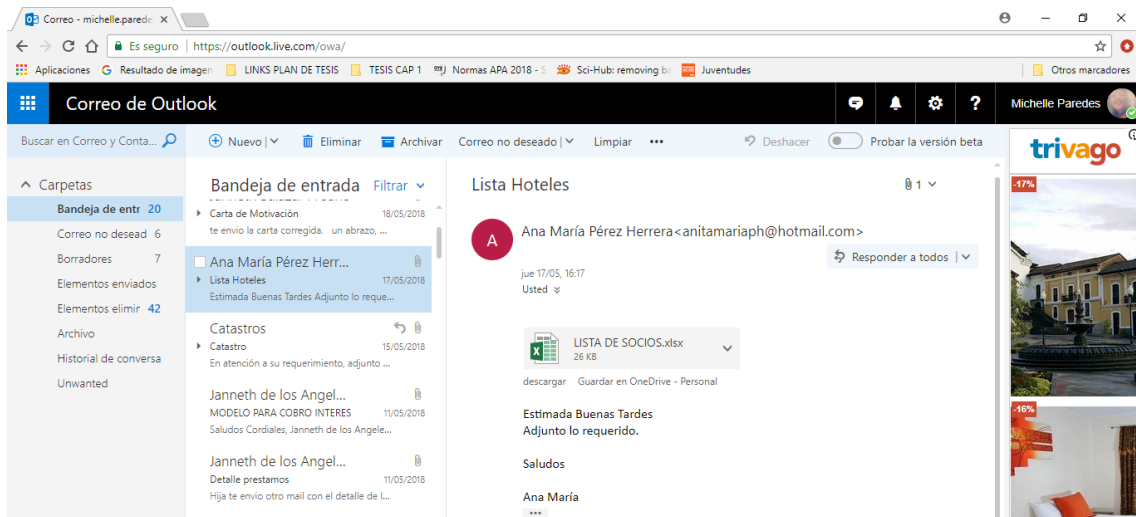
Mail delimitación San Blas por la Dirección Metropolitana de Desarrollo Urbanístico

7.3. Anexo 3



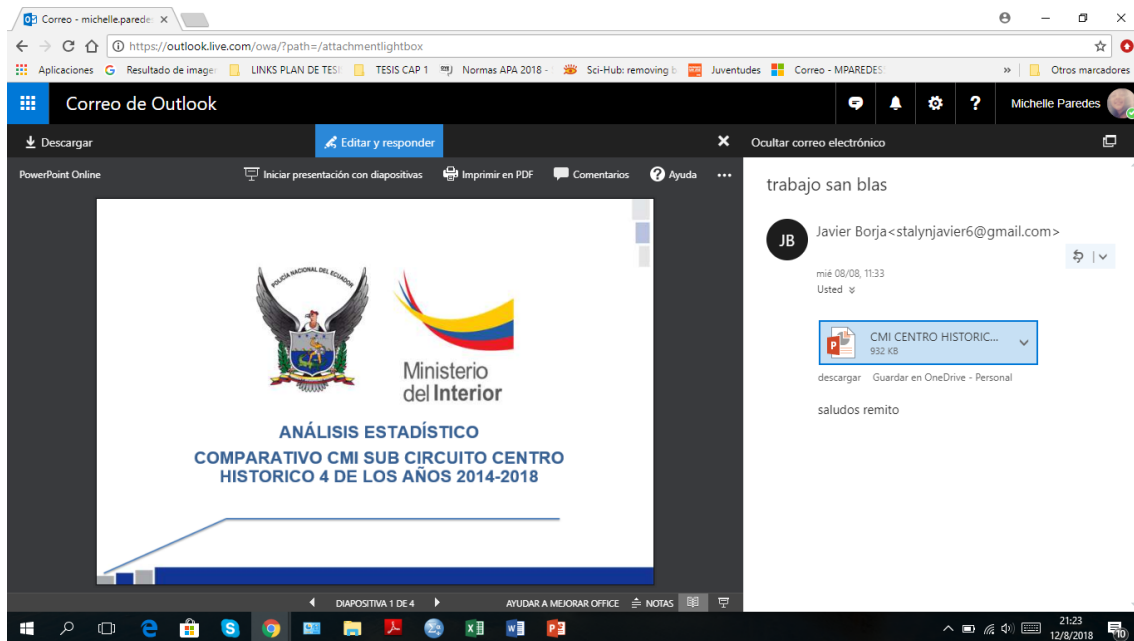
Mail catastro de servicios turísticos CHQ – MINTUR

7.4. Anexo 4



Mail lista de socios de la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ

7.5. Anexo 5



Mail indicadores de delincuencia del Sub Circuito CH4

7.6. Anexo 6

Nº	ENTREVISTADO	FECHA	CARGO	ANEXO
1	Eduardo Vergara	25-04-2018	Presidente de la Asociación de Comerciantes del Mercado Central	7
2	Lenin Campaña	07-05-2018	Vicepresidente de la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ	8
3	J. Carlos Rojas	08-05-2018	Presidente Comité Pro-mejoras de la Tola Colonial	9
4	Anita Pérez	15-05-2018	Presidenta de la Asociación de Hoteles y Hostales del CHQ	10
5	Ovidio Luque	16-05-2018	Guía del Free Walking Tour	11
6	Washington Congo	02-08-2018	Policía UPC Tola Colonial – Cabo Primero	12
7	Boris Sierbert	14-08-2018	Gerente General Latina Real Tours	13
8	Paulina Arboleda	14-08-2018	Coordinadora de Operaciones de Quito Turismo – Área de Desarrollo	14

7.7. Anexo 7

Entrevista – Eduardo Vergara
1. ¿Cómo funciona la dirección del mercado?
El mercado central tiene 67 años de fundación y al ser un mercado municipal se encuentra regido por los reglamentos y ordenanzas del municipio, por lo tanto pertenecen a la coordinación de mercados de la ciudad de Quito. Siendo así que cuentan con su respectivo administrador quien trabaja en el mercado diariamente (funcionario municipal). Por otro lado se tiene la asociación de comerciantes la cual está compuesta de los mismos comerciantes y es totalmente independiente, pero siempre bajo las normas del Municipio de Quito.
2. ¿Cómo se conforma la Asociación?
La directiva del mercado está conformada por el presidente Eduardo Vergara, vicepresidente Wilson Miranda, secretaria, tesorera y una comisión de fiscalización que se encarga de controlar el dinero que ingresa el mercado para asegurar la administración del dinero. Las directivas se eligen cada dos años en una asamblea general entre los mismos comerciantes (que tengan un mínimo de dos años) pero ha habido casos donde algunas directivas han llegado a durar hasta incluso 20 años debido a su buena dirección, lo cual incluso está sucediendo en la actualidad ya que la presente directiva está 12 años al frente del mercado.
3. ¿Cuáles son los objetivos de la asociación?
La asociación se encarga de conseguir beneficios para el mercado y para sus comerciantes. A su vez solventan todos los pagos de servicios básicos, aseo, guardianía y mantenimiento debido que el municipio solo solventa los pagos del administrador y es así que buscan siempre el autofinanciamiento como por ejemplo finalmente se realiza un aporte mensual de cada comerciante del mercado y también buscan el apoyo de empresas públicas y/o privadas para solventar cosas del mercado, mejoras, infraestructura, etc.
4. ¿El mercado se ha visto beneficiado por la actividad turística desarrollándose en el barrio?
<ul style="list-style-type: none">• Si se ha visto beneficiado, ya que ahora hay algunos guías que traen directamente sus turistas al mercado y gastan ahí. Así mismo las personas de los hostales que se hospedan en el barrio vienen a consumir y es por eso también que incluso muchos comerciantes se sienten más motivados con sus ventas e incluso a tener el espacio más bonito y limpio.

7.8. Anexo 8

Entrevista – Lenin Campaña	
1. ¿Cómo se fundó y/o nació la idea de crear la asociación?	Hace 4 años se mapearon los hostales desde la calle Sodiro, Chile, Valparaíso y Pedro Fermín Cevallos donde se encontraron alrededor de 40 hostales y hoteles. Con esa información se hizo una invitación a sus propietarios y personas relacionadas a dichos emprendimientos a hacer una asamblea general o mesas de trabajo para así organizarse en pro de dichos negocios. Se obtuvo el 80% de apoyo de dichas personas y a su vez hubo la voluntad política para la creación de dicha asociación, siendo así que el 15 de marzo del 2015 se les reconoció jurídicamente en el Ministerio de Turismo.
2. ¿Cuáles son los objetivos de la asociación?	La asociación en principio se concentra en buscar beneficios para todos los establecimientos, como por ejemplo la firma de convenios con sayce, soprofón y egeda, los cuales son acuerdos corporativos donde se ha logrado bajar el precio que se paga normalmente, etc.
3. ¿Dentro de sus objetivos está en convertir el sector en zona especial turística (ZET)?	Fue un objetivo que se fue planteando en los años de vida jurídica de la asociación. Se hicieron los trámites y acercamientos necesarios con quito turismo para realizar la inspección. Para ser considerado una ZET se tomó en cuenta el alojamiento, bares, restaurantes, tiendas, cafeterías, etc., los cuales cumplían con una excelente calificación sin embargo el barrio tiene problemas de basura, faltas de parqueos e incluso es necesario cambiar o reformar una ordenanza para poder convertirla en ZET.
4. ¿Qué opina del desarrollo de la actividad turística en la Tola Colonial?	El turismo es la actividad que dinamiza la economía del barrio ya que al tener la presencia de un turista el morador se incentiva para crear sus propios negocios. San Blas y la tola colonial han crecido de una manera acelerada en los últimos 10 años aproximadamente y se ve reflejado claramente con el número de hoteles, restaurantes, cafeterías, tiendas que son el complemento al turismo.
5. ¿Cómo es la relación de la asociación con los moradores?	Si bien es cierto, han surgido problemas al parecer solucionables que en todo barrio se suscitan y se trata de tomarlos de manera positiva para aprehender y avanzar. Sin embargo se han creado pequeñas estrategias de convivencia y comercio con la gente puesto que como asociación se han organizado para brindar capacitaciones de emprendimiento, seguridad, etc.
6. ¿Cómo manejan el tema de la delincuencia debido a que el sector es considerado peligroso para el desarrollo del turismo?	La presencia de ventas informales, ilegales de alcohol, etc., tiene como consecuencia que existan personas deambulando por las calles, frente y alrededor de los establecimientos por lo que lamentablemente los extranjeros se han tenido que ver con ellos. No obstante es de suma importancia recalcar que como dirigentes, moradores y vecinos se han esforzado por realizar un trabajo en conjunto con la policía nacional. A su vez la mayoría de empresarios han instalado cámaras de seguridad sobre todo en sus fachadas y/o circuitos cerrados. Finalmente se espera que a futuro puedan conectar sus circuitos cerrados con el ecu 911 para que el monitoreo sea de ellos.

7.9. Anexo 9

Entrevista – Juan Carlos Rojas

1. ¿Cómo está conformado el Comité?
<p>El comité se encuentra conformado por Presidente, vicepresidente, secretario, tesorero. Sin embargo también existen 8 comisiones conformadas por moradores designadas a tratar diferentes temas como: seguridad, inclusión, deporte, cultura, etc.</p> <p>Estos se van distribuyendo de esa manera para así apoyar a la directiva principal ya que la directiva debe cubrir un territorio bastante extenso geográficamente ya que franca en la calle Sodiro que es límite con la maternidad Isidro Ayora, y concluye en el subcentro de salud número uno que está atrás del colegio Don Bosco. Incluye lo que es San Blas La Alameda, la Plaza del Teatro siendo su organización bastante complicada debido a que las necesidades de las zonas son urgentes y distan bastante las unas de las otras.</p>
2. ¿Cómo y desde cuando está constituida?
<p>La creación de directivas tiene aprox. 35 años sin embargo se han encontrado documentos desde el año de 1964 e incluso 1948. No está claro la cantidad de años sin embargo estos datos dan un indicio de que por más de 50 años es una tradición el tema de las directivas barriales.</p> <p>La directiva actual fue electa el 21 de noviembre del 2017 con una vigencia de dos años ya que se encuentran bajo la ordenanza 102 de participación estipulada por el municipio, el decreto ejecutivo 739 estipulada por la Presidencia de la República a través de la secretaria nacional de gestión de la política y el art. 66 de la constitución, siendo todos entes rectores de la organización social, colectiva, participativa, política, que permite que los ciudadanos de a poco a poco empiecen a tomar las riendas de su sector. Están registrados legalmente el MIDUVI siendo el ente rector de legalidad de las directivas.</p>
3. ¿Cuáles son los objetivos del comité?
<p>En principio el objetivo claro es contribuir y gestionar a una buena convivencia del sector y del barrio. A su vez que la directiva junto con el apoyo de los moradores puedan crear una comunicación clara, crear diálogos, gestionar y proponer proyectos y/o mejoras para los barrios.</p>
4. ¿Qué opina del desarrollo del turismo en el sector?
<p>El turismo se ha venido regenerando en los últimos 11 años, pero en los últimos 7 años ha sido una cuestión mucho más agresiva pues en principio los hoteles solo eran de paso o de prostitución pero ahora de alguna manera se ha tratado de recuperarlos para que solo sean de turismo.</p> <p>El barrio se volvió turístico lo cual por un lado es positivo, pero por otro lado es un problema ya que se perdió la identidad de su gente, además de que el turista no genera recursos para la gente, solo para los hoteleros y negocios afines.</p> <p>Si bien es cierto, algunos vecinos viendo esta nueva dinámica han decidido reactivarse creando sus propios negocios como lavanderías, librerías, restaurantes pero en su mayoría son clientes nacionales. Son tan solo los negocios llamativamente turísticos quienes se benefician del extranjero y en general dichos negocios son arrendados.</p>
5. ¿Considera que el turismo ha beneficiado a la zona?
<p>Hace unos años atrás al menos hubo una percepción de que de alguna manera mejoró el barrio e incluso la seguridad, pues el UPC de la zona colonial tiene unos 12 años aproximadamente y con esto ayudo y limpio algunas pandillas.</p> <p>Sin embargo es necesario recalcar que nadie se encontraba preparado para recibir turistas, muchos dueños empezaron a vender sus casas y algunos como del hotel Guayunga mandaron a todos los arrendatarios para invertir en la casa y transformarlo en hotel. Algunos fueron muy beneficiados y otros no, todas estas acciones crearon gran desconcertación puesto que nadie sabía que consecuencias traerían.</p>

En cuanto a seguridad, esta se activó de diferente manera ya que en principio los indigentes y ladrones al ya tener extranjeros con mayor poder adquisitivo que un nacional, empezaron a ser robados. Lamentablemente la policía no estuvo preparada ni académicamente ni emocionalmente para tratar con turistas extranjeros ya que incluso necesitan capacitación en idiomas extranjeros.

Se puede decir que ha habido un cambio o una mejora pero no como se esperaba, debido a que el barrio tiene problemas sociales muy grandes, fuertes y complicados aún por solucionar.

7.10. Anexo 10

Entrevista – Anita Pérez
1. ¿Cuáles son los objetivos de la asociación?
<p>Buscar beneficios mutuos para todos los socios. A su vez, el hacer negociaciones y tratos con las entidades de control y el punto más importante es el emprendimiento de proyectos turísticos para hacer volumen, el incluir servicios y entre socios poder complementarse en cuanto a transporte, agencias de viaje, restaurantes para así brindar una mejor satisfacción al turista.</p> <ul style="list-style-type: none"> • También un objetivo claro es el de capacitar a los socios en cuanto a atención al cliente, cursos de idiomas (inglés, español, francés) entre otros.
2. ¿Cómo está conformada la asociación?
<p>La asociación está conformada por presidente, vicepresidente, secretaria y tesorera. Sin embargo también está constituida por un representante de los hoteles y otro de los hostales siendo ahí el directorio completo.</p> <p>En cuanto a los socios, primero deben ser dueños de un hotel u hostel de la zona. Aparte deben estar completamente registrados y con los papeles en regla.</p>
3. ¿Considera que el turismo ha aportado a la rehabilitación del barrio?
<p>El turismo aporta a que muchos espacios y que las personas se reactiven y se vuelva un lugar más dinamizado. Sin embargo por parte de las autoridades se ha visto un gran abandono. La asociación ha ejercido presión en las entidades públicas para que puedan ser atendidos como por ejemplo que se pinten fachadas, recolección de basura, seguridad e incluso con promoción a los hoteles ya que debido a que se solicitó más de una vez que colaboren con patrullajes el apoyo fue mínimo y es así que se organizó para contar con alarmas comunitarias.</p>
4. ¿Cómo están manejando el tema de seguridad?
<p>Lamentablemente en el sector hubo un tiempo en que la venta del alcohol artesanal, mafias, delincuentes moraban por aproximadamente 10 años y era casi imposible sacarles. El barrio junto con la policía se organizó de tal manera que lograron sacar a todas estas personas ya que atraían a mendigos y malhechores. Gracias a eso el barrio se ha tranquilizado y la afluencia de turistas ha aumentado pero ha sido gracias a la gestión de publicidad y servicios que el propio barrio ha proporcionado.</p>

7.11. Anexo 11

Entrevista – Ovidio Luque	
1. ¿Cómo y cuándo empezó el Free Walking Tour?	<ul style="list-style-type: none"> El FWT tuvo sus inicios en septiembre del 2013 con las personas del Community Hostel. En un principio empezó con una cantidad de entre 3 a 6 personas y luego con los años fue aumentando ya que empezaron a llegar personas fuera del Hostel debido al canal que se abrió en Trip Advisor donde se promocionaba el tour.
2. ¿Qué rutas tienen?	<p>En conjunto con el Community Adventures se tienen tours al Quilotoa, Cotopaxi, Otavalo, Cotopaxi. Sin embargo en el sector de la Tola Colonial – San Blas solo existen el Free Walking Tour que empieza en el mercado central, continua por la plaza del teatro, plaza grande, la Iglesia de la Compañía, Iglesia de San Francisco, Museo de la Ciudad, la Ronda, plaza de Santo Domingo para terminar en el Teatro Bolívar.</p> <p>La segunda ruta es el “Food Tour” que se realiza todos los viernes con un costo de \$25 y se hace por medio de la agencia. Tiene su recorrido por la calle Vicente León, se baja por la calle Don Bosco y se camina hasta la calle la Ronda para la degustación final de canelazos y empanadas.</p> <p>Por el momento estas dos rutas se están desarrollando en el sector pero se están desarrollando tres rutas más que se espera poner en marcha pronto.</p>
3. ¿Cuál es su percepción en cuanto a la seguridad del barrio?	<p>La policía suele realizar patrullajes en la zona pero en realidad considero que hay que tener siempre mucho cuidado y estar atento a lo que sucede alrededor de nuestro entorno. Siempre se pone sobre aviso a los turistas antes de empezar cualquier recorrido y como experiencia personal en 5 años de trabajo en la zona he tenido 3 casos de asaltos en mis tours lo cual es sumamente bajo.</p>

7.12. Anexo 12

Entrevista - Washington Congo	
1. ¿Cuál es su cargo y cuantos años trabaja en el distrito a que pertenece San Blas?	Washington Jhonny Congo Narváez es cabo primero de la Policía Nacional. Trabaja en el UPC de la “Tola Colonial” y ha permanecido trabajando durante cinco años en el distrito.
2. ¿De qué manera son las vigilancias en el sector?	Las vigilancias que se realizan en el sector son por turnos de ocho horas divididos en tres grupos diferentes. Dos motos y una patrulla que realizan recorridos dentro de su circuito, abarcando la Plaza del Teatro, San Blas, Mercado Central y colegios que se encuentran dentro del rango.
3. ¿Qué opina sobre el turismo desarrollándose en el barrio?	El turismo se empezó a dar de una manera desordenada, pues casi nadie estaba preparada. Sin embargo se han recibido capacitaciones sobre todo en el idioma inglés ya que muchas veces deben ayudar como guías a los turistas. Dichas capacitaciones se dan por medio de técnicos de la policía sobre distintos temas y sobre todo sobre seguridad turística. Además se implementó la “Unidad especial de turismo” ubicada en la plaza grande a la cual se pide apoyo cada vez que se requiere.
4. ¿Qué opina sobre la seguridad en el barrio? ¿Es este muy peligroso para los turistas?	Lamentablemente los turistas se han convertido en las primeras víctimas del delito, sobre todo por el robo de cámaras, carteras, celulares, pasaportes, etc. Sin embargo hoy en día si siente que ha mejorado ya que en comparación con años atrás el barrio era sumamente peligroso e intransitable, llegando incluso a ser más peligroso que el sector de la Marín.
5. ¿Qué acciones se han tomado para mejorar la seguridad? ¿Se ha trabajado en conjunto con el barrio?	Si se han tomado diferentes acciones con y sin el barrio. Se han realizado reuniones donde se ha logrado mejorar el alumbrado público, también mejorar las escalinatas donde se solían reunir las personas indigentes a consumir licor entre otras sustancias, recuperar el espacio público, limpiar las casas abandonadas de mendigos y delincuentes. A su vez se capacitan a los colegios sobre consumo de drogas, uso del teléfono celular, seguridad ciudadana, bullying, etc.
6. ¿Considera que el barrio está en condiciones de recibir turistas?	El barrio al ser parte del centro histórico si tiene las condiciones de recibir turistas. Sin embargo es necesario que desde los hoteles se prevenga a los visitantes a tener cuidado sobre el sector y su riesgo ya que muchos de ellos piensan que al estar en el CHQ es muy improbable que les pase algo.

7.13. Anexo 13

Entrevista – Boris Sierbert	
<p>Boris Sierbert, antropólogo de nacionalidad alemana quien reside en el Ecuador por veinticinco años. Vio en el turismo una actividad económica a desarrollar, razón por la cual decidió crear su propia operadora en el año 2007 con un mercado en su mayoría extranjero.</p> <p>Actualmente vive en Tumbaco y espera vivir pronto en el barrio de San Blas donde se encuentra ubicado su negocio, el cual lleva aproximadamente 9 años funcionando en el barrio.</p>	
1.	¿Por qué razón decidió ubicar su negocio en el barrio de San Blas?
<p>La ubicación inicial de la operadora era en el sector de la Gasca, sin embargo se sufrió dos asaltos y no había afluencia de turistas, por tal razón se decidió cambiar la localización. Se encontró un local en la plaza de San Blas donde se estuvo por aprox. 3 años y luego se halló un nuevo local en la calle Antepara. Asegura que el CHQ es muy bonito al igual que el barrio donde se encuentra, ya que incluso pudo comprar la casa para poder tener el negocio y vivir ahí. Le gusta mucho más que el norte de la ciudad, añadiendo que los arriendos son mucho más cómodos aunque al parecer poco a poco están subiendo.</p>	
2.	¿Tenía conocimiento de los problemas sociales del barrio?
<p>Sí, incluso en principio tuvo sus dudas sobre todo debido a la inseguridad. Pues en la calle Antepara se solía vender las puntas o el trago adulterado y esto atraía a personas alcohólicas causando muchas molestias a residentes, turistas, etc.</p> <p>Sin embargo era un local que con las adecuaciones necesarias es muy bonito y en un inicio con un arriendo accesible. Finalmente considera que la calle ya estaba y está en un proceso de transformación donde el aumento de negocios turísticos (hoteles, restaurantes, etc.) está dando vida a la calle.</p>	
3.	¿Considera que el barrio está en condiciones de recibir turistas?
<p>Claro que sí, ya que geográficamente el barrio se encuentra en una posición muy privilegiada además es un espacio agradable y bonito. Obviamente hay mucho por hacer pero es un barrio con gran potencial.</p>	
4.	¿Percibe mejoras con la actividad turística desarrollándose en el barrio?
<p>Sí, pero especialmente desde que se fueron las personas que vendían las puntas y el alcohol adulterado. Incluso ahora el nuevo presidente del barrio es una persona que mueve bastante el barrio, organizando reuniones, mingas, etc., lo cual es bueno ya que así cada vez más personas se están inmiscuyendo en actividades para el beneficio del barrio. Obviamente hay diferentes intereses pero todo está en conversar y poder llegar a un consenso.</p>	
5.	¿Cuáles son los problemas sociales más urgentes a solucionar en el barrio?
<p>Delincuencia, basura, parqueaderos y cuidadores de autos.</p> <p>El barrio siempre ha sido peligroso, aunque si se percibe mejoría últimamente. En cuanto a la basura no existe un sitio específico para ponerla, en un inicio se la colocaba en la esquina de la calle para luego decidir ponerla en la plaza de San Blas, pero no está bien organizado ya que la recolección de basura es 11h00pm o medianoche donde los recolectores de basura no tienen el cuidado necesario. Se han dado mingas de limpieza y se espera poner contenedores.</p> <p>En cuanto a los cuidadores de autos, tampoco está bien organizado ya que son informales y no son personas muy confiables pues al parecer muchos tienen problemas de alcoholismo o drogadicción.</p>	
6.	¿Qué acciones cree que se pueden tomar frente a dichos problemas?

En principio es necesario buscar una forma incluyente, ya que botar a las personas no deseadas no es una solución. Los problemas desbordan las posibilidades de un barrio, si bien es cierto son mayores, estructurales.

Sin embargo en lo micro se pueden hacer un montón de cosas. Cree firmemente que es necesario peatonalizar las calles, sobre todo la Antepará, adornarle con plantas, pintar las casas, llenarles de vida con artistas callejeros siguiendo ejemplos de otros barrios de las grandes ciudades del mundo.

Pues es necesario pensar a futuro ya que con el aumento de la población es necesario reducir la cantidad de autos, no es necesario crear más parqueaderos, peatonalizar las calles con un transporte público 24/7, aumentar las zonas para bicicletas e incluso mejorar la iniciativa BiciQ.

7.14. Anexo 14

Entrevista – Paulina Arboleda

1. ¿Cuál es su percepción sobre la actividad turística desarrollándose en el BSB? ¿Se dio al azar o hubo algún tipo de planificación por parte de Quito Turismo?

El sector donde se ubica San Blas, es una zona de amortiguamiento para que las personas puedan ir al núcleo del CH que es donde se concentran los atractivos. Al parecer es un trabajo de la comunidad por mejorar el barrio, ya que aquí al existir una oferta gastronómica podía generar una rentabilidad económica al barrio. Se cree que por tales razones los establecimientos, dueños de casa, etc., empezaron a desarrollar esta oferta de servicios.

Una planificación desde Quito Turismo para San Blas o La Tola Colonial que es como actualmente cada vez más personas lo están llamando, no se ha pensado; sin embargo cuando se crearon las zonas especiales turísticas (ZET) bajo una ordenanza se puso ciertos parámetros y se delimitó las zonas donde podrían hacerse, es decir Centro Histórico de Quito y La Mariscal. CH es la zona núcleo, calle Briceño al norte, calle Ambato al sur, la av. Mariscal sucre al occidente y la av. Pichincha la parte oriental. Esta fue la zona delimitada en el CH, donde se hizo el análisis u se vio que es en estos espacios donde se da mayor concentración de atractivos y productos turísticos.

Los barrios de San Blas, la Tola, San Juan y San Marcos no se los considero, no obstante cuando se hizo el plan estratégico de turismo al 2021, se vio estas otros barrios que podrían generar un valor agregado a esta zona turística que ya de por si existe.

2. ¿Se ha tomado algún tipo de acción que promueva el desarrollo turístico en San Blas?

Desde quito turismo se tiene el área de calidad, en esta dirección lo que se hace es dar capacitación pero no a un barrio en específico, sino en general a las personas que tienen establecimientos turísticos legalmente constituidos tiene la posibilidad de ingresar a estos procesos de capacitación. Quito turismo brinda estas capacitaciones a todo el distrito DMQ, se informa al sector, a la industria que va a haber las capacitaciones en distintas temáticas y se puede acceder a estos espacios.

El área de calidad, verificando que los establecimientos estén legalmente constituidos, etc., Quito turismo realiza inspecciones para ver que los establecimientos cumplan con la normativa.

Desde el área de desarrollo, se hace un análisis de planta, infraestructura, servicio, del atractivo que tiene el espacio. Así haciendo una evaluación preliminar de sitio para evaluar si el barrio tiene potencialidad, las facilidades y servicios para empaquetarlo

<p>como un producto turístico. Una vez evaluado esto, se da capacitación a las personas para que se empoderen para luego llegar a un tema de promoción. Es importante que sean las personas quienes se apropien y promuevan la actividad ya que ellos son los que quedan y permanecen. Apropiándose del espacio van a poder mantenerlo en el tiempo. Ya que pese a los cambios políticos que se pueden dar en la ciudad o el país, son estas personas quienes permanecerán siempre y cuando haya un tema sostenible y sustentable.</p>
<p>3. Siendo San Blas un lugar donde existen algunos problemas sociales ¿Cuál es su opinión acerca de hacerlo un barrio turístico?</p>
<p>Interesante sobre todo por la conexión que se tiene con el Itchimbia y la Alameda que es el paso entre la ZET La Mariscal y la ZET Centro Histórico. Sin embargo hay mucho por trabajar ya que no solo depende de la buena voluntad de los empresarios del sector sino también de la parte política y administrativa de la zona. El problema de inseguridad no depende de Quito Turismo sino del gobierno nacional, añadiendo que hoy por hoy la situación migratoria venezolana está trayendo algunos problemas, pues en la Mariscal se está generando muchos espacios de trata de personas y micro tráfico. Es necesario crear una conexión con otros barrios para poder generar un producto fuerte o a su vez crear un valor agregado en el barrio para que la visita a este sea infaltable.</p>
<p>4. ¿Qué opina sobre la idea de convertir a la Tola Colonial en ZET?</p>
<p>Si bien es cierto, Quito turismo fue a la Tola Colonial a hacer una evaluación preliminar de sitio, para verificar que la zona tenga las facilidades y productos para poder promocionar, a su vez ver que le hace falta a la zona para poder sugerir como por ejemplo: señalización, imagen, etc.</p> <p>A su vez, se dio una reunión con los directores de Quito Turismo, los cuales hicieron la evaluación y se sugirió que faltan algunas cosas para trabajar como seguridad, iluminación y parqueaderos ya que muchas personas se parquean en la vía pública y esto no es permitido.</p> <p>El barrio tiene que trabajar un poco más y cumplir con los requisitos para poder aplicar a ZET, ya que el sector no es un lugar de atractivos pero puede aplicar para ser un espacio de servicios como es el caso de la Mariscal y aprovechar la oferta gastronómica de la zona.</p> <p>Es verdad que en el DMQ para poder tener una licencia de funcionamiento se debe cumplir con muchos requisitos como baños, limpieza, preparación de las personas pero para que sea una zona ZET es mucho más exigente como por ejemplo: tener acceso para personas discapacitadas, las personas hablen otro idioma aparte del español, conocimiento en primeros auxilios, etc.</p> <p>Para convertirla en zona ZET, es necesario que sea parte de la ordenanza 236 para lo cual sería un análisis previo del espacio para luego proponer la idea a la comisión de concejales, delimitar la zona y una vez hecho esto se podría proponer hacer un anexo a dicha ordenanza y no solo a la Tola Colonial, sino también a la Floresta u otros barrios con potencial que puedan cumplir las características ya mencionadas.</p>
<p>5. ¿Se pensó en hacer formar parte a La Tola Colonial en la fiesta de la luz?</p>
<p>La fiesta de la luz es una actividad cultural a través de la secretaria de cultura, es una proyección en espacios patrimoniales que se concentra en el CHQ.</p> <p>Si bien es cierto la gente tendría la posibilidad de trasladarse a disfrutar la oferta gastronómica que ofrece el sector, hubo una desorganización. Si el próximo año continua la fiesta de la luz, Quito Turismo está abierto a que el barrio se acerque y proponga en lo que se podría trabajar para poder promocionar. Incluso así se podría desconcentrar la cantidad de gente que hay en el núcleo del CHQ. De igual manera esto</p>

se pide a través de estos gremios (Optur, Captur, Bureau del CH) o aquellos que puedan ofrecer servicios o algún tipo de atractivo para que la gente vaya a sus negocios durante la fiesta.

Tal vez hubo una falta de comunicación con la asociación de hoteles y hostales del CHQ para poder coordinar una promoción y que la gente vaya al sector de la Tola Colonial, pero también es de suma importancia dar seguridad al barrio o ver una manera de cómo se puede trabajar en conjunto para que las personas puedan cruzar la Marín y subir a la Tola o por otro lado llegar a San Blas. Finalmente cabe mencionar que con el barrio de San Marcos si hubo esta comunicación, por lo tanto Quito turismo pudo ayudar con las promociones sobre lo que ofrecían y se pudo informar a la comunidad de que visiten el barrio.

6. ¿Quito Turismo apoya a la iniciativa Barrios Vivos?

La entidad que maneja la iniciativa “Barrios Vivos” es la secretaria de cultura en conjunto con la secretaria de coordinación territorial.

Barrios vivos es un proyecto que se maneja en función de trabajar con los artesanos que viven en ciertos espacios de la ciudad de Quito. Se identificaron a las personas que residen en su casa y a su vez poseen un taller artesanal para poder visitar. En resumen aquellos espacios en los que existe una concentración de artesanías para poder hacer mapas de su ubicación. No obstante se manejó hasta el año anterior con unas rutas específicas de artesanías en la Floresta, Ronda, Chimbacalle, San Juan, San Marcos, etc.

7.15. Anexo 15

ENCUESTA _____

- | 1. | Género: | Masculino | Femenino |
|----|--|-----------|----------|
| 2. | Edad | | |
| a. | 15 - 20 años | | |
| b. | 21 - 30 años | | |
| c. | 31 - 40 años | | |
| d. | 41 - 50 años | | |
| e. | 51 - 60 años | | |
| f. | 60 + años | | |
| 3. | Formación | | |
| a. | Primaria | | |
| b. | Secundaria | | |
| c. | Tecnología | | |
| d. | Estudios Superiores | | |
| e. | Otros _____ | | |
| 4. | ¿Usted vive en el barrio de San Blas/La Tola Colonial? | | |
| a. | Si | | |
| b. | No | | |
| • | Si su respuesta es SI | | |
| o | Propietario | | |

- o Inquilino
 - o Otro _____
 - Si su respuesta es NO
 - o Trabaja
 - o Estudia
 - o Otro _____
5. ¿Cuántos años ha permanecido en el sector de San Blas o la Tola Colonial?
- a. Menos de un año
 - b. De 1 a 4 años
 - c. De 4 a 7 años
 - d. De 7 a 10 años
 - e. Más de 10 años
6. Ocupación:
- a. Profesor
 - b. Médico
 - c. Artesano
 - d. Ingeniero
 - e. Comerciante
 - f. Servicios y limpieza
 - g. Empleado Público
 - h. Transporte
 - i. Turismo
 - j. Jubilados
 - k. Seguridad
 - l. Estudiantes
 - m. Otro _____
7. ¿Ha visto y/o percibe la actividad turística que se ha venido desarrollando en el barrio de San Blas/la Tola Colonial?
- a. Si
 - b. No
- SI LA RESPUESTA ES “SI” CONTINUAR CON LA SECCIÓN “A” DEL CUESTIONARIO. SI LA RESPUESTA ES “NO” PASAR A LA SECCIÓN “B”.

SECCIÓN A

DIMENSIÓN SOCIAL

1. ¿Cree que el turismo ayuda a que las costumbres y tradiciones del barrio de San Blas/la Tola Colonial se preserven?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

2. ¿Considera que cuidar los lugares históricos y culturales de San Blas es favorable para el barrio y para el turismo?

<ul style="list-style-type: none">a. Totalmente de acuerdob. De acuerdoc. Ni de acuerdo ni en desacuerdod. En desacuerdoe. Total desacuerdo <p>3. ¿Piensa que el turismo ha hecho del barrio un lugar más atractivo para conocer y vivir?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Totalmente de acuerdob. De acuerdoc. Ni de acuerdo ni en desacuerdod. En desacuerdoe. Total desacuerdo <p>4. ¿Usted cree que el barrio está en condiciones de recibir turistas?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Totalmente de acuerdob. De acuerdoc. Ni de acuerdo ni en desacuerdod. En desacuerdoe. Total desacuerdo
<p>5. ¿Piensa que el turismo ha hecho que las autoridades tomen conciencia en cuanto a mantener, cuidar y rehabilitar el barrio?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Totalmente de acuerdob. De acuerdoc. Ni de acuerdo ni en desacuerdod. En desacuerdoe. Total desacuerdo <p>6. ¿Piensa que el turismo ha hecho que los residentes tomen conciencia en cuanto a mantener, cuidar y rehabilitar el barrio?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Totalmente de acuerdob. De acuerdoc. Ni de acuerdo ni en desacuerdod. En desacuerdoe. Total desacuerdo <p>7. ¿Cree que la seguridad del barrio ha mejorado por la llegada de turistas?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Totalmente de acuerdob. De acuerdoc. Ni de acuerdo ni en desacuerdod. En desacuerdoe. Total desacuerdo <p>8. ¿Cree que por el turismo su barrio se ha vuelto más peligroso?</p> <ul style="list-style-type: none">a. Totalmente de acuerdob. De acuerdoc. Ni de acuerdo ni en desacuerdod. En desacuerdoe. Total desacuerdo

9. ¿Considera a los turistas como intrusos?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

10. ¿Le gustaría ser parte de una actividad turística que ayude a mejorar el barrio?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

11. ¿Cree que la creación de proyectos turísticos beneficiará al desarrollo del barrio?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

DIMENSIÓN ECONÓMICA

1. ¿Cree que han subido los precios en su barrio por el turismo?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

2. ¿Piensa que la presencia de turistas ha generado más fuentes de empleo y comercios?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

3. ¿Cree que el turismo ha mejorado su calidad de vida en el barrio?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

4. ¿Considera que el turismo beneficia solo a negocios afines (hoteles, hostales, bares, restaurantes) y no a todo el barrio?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo

- c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- d. En desacuerdo
- e. Total desacuerdo

5. ¿Piensa que el Municipio debería invertir en infraestructura y promoción turística del barrio?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

DIMENSIÓN ECOLÓGICA

1. ¿Considera que el aumento de turismo ha causado congestión vehicular en el barrio y es necesario crear más parqueaderos?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo
2. ¿Considera que el turismo ha hecho que el barrio sea un lugar más ruidoso?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo
3. ¿Piensa que debido al turismo ha aumentado la basura en las calles y lugares públicos?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo
4. ¿Cree que por el turismo se ha dificultado transitar por las calles?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

SECCIÓN B

1. ¿Le gustaría que el barrio de San Blas/La Tola Colonial sea un lugar turístico?
- a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

2. ¿Cree que le turismo beneficiaría económicamente al barrio?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

3. ¿Le gustaría ser parte de una actividad turística que ayude a mejorar el barrio?
 - a. Totalmente de acuerdo
 - b. De acuerdo
 - c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d. En desacuerdo
 - e. Total desacuerdo

SI ESTÁ EN DESACUERDO FIN DE LA ENCUESTA

4. ¿Cómo le gustaría ser parte de esta actividad turística?
 - a. Abriendo un negocio relacionado a la actividad turística (Hotel, restaurante, etc.).
 - b. Trabajando conjuntamente con los negocios de turismo ya establecidos.
 - c. Trabajando conjuntamente con las entidades públicas para planes de mejora.
 - d. Creación de campañas en pro de la mejora de la imagen del barrio.
 - e. Generar fondos económicos con el barrio para invertir en proyectos turísticos.
 - f. Otros_____

5. ¿Qué organización le gustaría que desarrolle el turismo en el barrio?
 - a. Empresa privada (Hoteles, agencias de viaje, etc.)
 - b. Empresa pública (Municipio, Mintur, Quito Turismo)
 - c. Comité Barrial
 - d. Asociación de Hoteles y Hostales
 - e. Otros_____