PARA GRADOS ACADÉMICOS DE INGENIEROS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **FRANCISCO DAVID SALAZAR ARBOLEDA** C.I. **1723122162** autor del trabajo de graduación intitulado: **"La recuperación de espacios públicos por medio del uso turístico en el Barrio de San Diego, un estudio exploratorio"** , previa a la obtención del grado académico de **INGENIERO EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

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

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

Quito, 19 de diciembre de 2019



Francisco David Salazar Arboleda
C.I. 1723122162

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Quito, 27 de noviembre de 2019

Yo, Mtr. Gabriela Maldonado Pérez, directora de esta disertación, certifico que el señor Francisco David Salazar Arboleda con C.I. 1723122162, ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "La recuperación de espacios públicos por medio del uso turístico en el Barrio de San Diego, un estudio exploratorio", 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.

Mtr. Gabriela Maldonado Pérez
C.I. 1712570629

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

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

"LA RECUPERACIÓN DE ESPACIOS PÚBLICOS POR MEDIO DEL USO TURÍSTICO EN EL BARRIO DE SAN DIEGO, UN ESTUDIO EXPLORATORIO"

AUTOR: FRANCISCO DAVID SALAZAR ARBOLEDA

DIRECTORA: MTR. GABRIELA MALDONADO P.

QUITO, 2019

La utopía está en el horizonte. Camino dos pasos, ella se aleja dos pasos y el horizonte se corre diez pasos más allá. ¿Entonces para qué sirve la utopía? Para eso, sirve para caminar.

Eduardo Galeano.

AGRADECIMIENTOS

Esta disertación simboliza mi esfuerzo y dedicación por conseguir una meta más en mi vida.

No lo hubiera conseguido sin el apoyo incondicional de mi familia, que, con su constante comprensión y aliento, aportaron a la realización de esta investigación.

A mi directora de disertación Gabriela Maldonado, por enseñarme que con constancia puedo alcanzar mis objetivos.

A mis docentes que me brindaron sus conocimientos, para formarme como un correcto profesional en turismo.

A mis amigos, por hacer de mi etapa universitaria una gran aventura.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN 1
1.1 Introducción **1**
1.2 Justificación **1**
1.3 Planteamiento del problema **3**
1.4 Objetivos **4**
1.4.1General 4
1.4.2 Específicos 4
1.5 Fundamentación teórica **5**
1.5.1 Marco Teórico 5
1.5.2 Marco Referencial 8
1.6 Marco Metodológico **12**
2. CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO 14
2.1 Ámbito Histórico **14**
2.1.1 Asentamientos Auqui 14
2.1.2 Barrio Franciscano 15
2.1.3 Construcción del cementerio 15
2.1.4 Boulevard 24 de Mayo 17
2.1.5 Decaída 18
2.2 Ámbito Geográfico **18**
2.3 Ámbito Social **21**
2.3.1 Población 21
2.3.2 Problemáticas Barriales 23
2.3.3 Vivienda 25
2.4 Ámbito Cultural **26**
2.4.1 Leyendas 26
2.4.2 Festividades 27
2.5 Atractivos turísticos **28**
2.6 Situación actual de San Diego **30**
2.6.1 Proyectos intervenidos 31
2.6.2 Actividad Turística 33
3. CAPITULO III: ANÁLISIS CUANTITATIVO Y RESULTADOS 35
3.1 Ejecución del trabajo de campo **35**
3.1.1 Encuestas 35

3.1.2 Análisis de entrevistas 54
3.1.3 Observación participante 56
3.2 Grupo Focal 57
3.2.1 Descripción del grupo focal 57
3.2.2 Resultados obtenidos 58
3.3 Identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas 64
3.3.1 Matriz FODA 64
3.3.2 Estrategias 66
4. CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 72
5. BIBLIOGRAFÍA 75
6. ANEXOS 80
Anexo N°1: Encuesta 80
Anexo N°2: Entrevista N°1 82
Anexo N°3: Entrevista N°2 83
Anexo N°4: Entrevista N°3 84
Anexo N°5: Entrevista N°4 85
Anexo N°6: Actividades del grupo focal 86
Anexo N°7: Rúbricas de la observación participante 88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Porcentaje de la población del CHQ por grandes grupos de edad 22
Tabla 2: Porcentaje de población por sexo (CHQ y zonas de estudio) 22
Tabla 3: Porcentaje de reducción de la población entre 2001 y 2010 23
Tabla 4: Resultados de afirmaciones asociadas al turismo..... 51
Tabla 5: Resultados de la apreciación del problema más grave del barrio..... 51
Tabla 6 Matriz FODA 64
Tabla 7: Cruce de oportunidades y fortalezas 65
Tabla 8: Cruce de amenazas y debilidades..... 65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Entrada al cementerio de San Diego 17
Figura 2: Mapa de los barrios de Centro Histórico de Quito..... 20
Figura 3: Áreas de Intervención del Centro Histórico..... 21
Figura 4: Migración de toda la vida por regiones..... 24
Figura 5: Vista desde la plaza de San Diego 29
Figura 6: Mapa de rehabilitación de inmuebles municipales para vivienda..... 32
Figura 7: Mapa de rehabilitación de espacios públicos barriales recreacionales 33
Figura 8: Edad de la muestra 35
Figura 9: Género de la muestra 36
Figura 10: Ocupación de la muestra 36
Figura 11: Ocupaciones y oficios de la muestra..... 37
Figura 12: Salario mensual de la muestra..... 37
Figura 13: Nivel de estudios de la muestra 38
Figura 14: Permanencia de la muestra en San Diego 38
Figura 15: Percepción de potencialidad de la muestra 39
Figura 16: Empleos previos en servicios de turismo..... 40
Figura 17: ¿Cuál fue el empleo previo en servicios de turismo?..... 40
Figura 18: Disposición a ofrecer servicios de turismo 41
Figura 19: Disposición a brindar servicios de turismo y empleos previos en turismo... 42
Figura 20: ¿Qué servicio turístico podría ofrecer? 42
Figura 21: Servicio turístico que podría ofrecer y nivel de estudios de la muestra..... 43
Figura 22: Razones por las que brindaría servicios de turismo..... 43
Figura 23: Razones por las que brindaría servicios de turismo y edad de la muestra.... 44
Figura 24: Razones por las que brindaría servicios de turismo y permanencia de la muestra en San Diego..... 45
Figura 25: Horas al día que le dedicaría a brindar servicios turísticos..... 45
Figura 26: Horas al día que le dedicaría a brindar servicios turísticos y que tipo de servicio podría ofrecer..... 46
Figura 27: ¿Cuánto desearía ganar ofreciendo servicios de turismo? 47
Figura 28: Que tipo de servicio podría ofrecer y cuanto esperaría ganar ofreciendo servicios de turismo..... 47
Figura 29: Razones por las que brindaría servicios de turismo y cuanto esperaría ganar ofreciendo servicios de turismo..... 48

Figura 30: Razones por las que no brindaría servicios de turismo 49
Figura 31: Razones por las que no brindaría servicios de turismo y salario mensual de la muestra 49
Figura 32: Estimación de que el turismo es un factor negativo 50
Figura 33: Reuniones para la toma de decisiones con respecto al barrio 52
Figura 34: Percepción de acciones en conjunto para el beneficio del barrio 53
Figura 35: Percepción de acciones en conjunto para el beneficio del barrio y permanencia de la muestra en San Diego 53

RESUMEN

Esta disertación es un estudio que pretende mejorar la calidad de vida de los habitantes del Barrio San Diego, utilizando al turismo y la participación ciudadana como recursos para la recuperación de espacios públicos. El barrio es considerado un lugar peligroso por el alto nivel de delincuencia que se vive en el lugar y sus alrededores, incluyendo la precariedad en la que vive la mayoría de personas del barrio. Debido a que la investigación turística es escasa, se presenta la necesidad de realizar un análisis que involucre a un sitio desvalorizado, por lo cual, la metodología utilizada incluyó fuentes de información secundaria, encuestas, entrevistas, grupo focal y observación participante, con el fin de responder ¿En qué medida la participación ciudadana por medio del turismo puede ser una alternativa para la recuperación del Barrio San Diego? Y ¿Qué estrategias pueden delinearse para alcanzar este fin?

ABSTRACT

This dissertation is a study that aims to improve the quality of life of the habitants of the San Diego neighborhood, using tourism and citizen participation as resources for the recovery of public spaces. The neighborhood is considered a dangerous place because of the high level of crime that exists in the place and its surroundings, including the precariousness in which most people in the neighborhood live. Due to tourism research is scarce, there is a need to carry out an analysis that involves a devalued site, therefore, the methodology of analysis of secondary information sources, surveys, interviews, focus group and participant observation, in order to answer ¿To what extent can citizen participation through tourism be an alternative for the recovery of Barrio San Diego? And ¿What strategies can be delineated to achieve this aim?

1. CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 Introducción

Al utilizar la participación ciudadana como un instrumento de planificación, se efectúan acciones que benefician las condiciones de vida de los ciudadanos, estos beneficios abarcan al ámbito social, cultural y económico. Es determinante el conocer si los consensos proyectados por los ciudadanos también pueden beneficiar a una recuperación de espacios en un sector determinado empleando al turismo como respuesta a sus problemáticas barriales.

Quito es un lugar adecuado para realizar turismo cultural, innumerables visitantes nacionales y extranjeros llegan a esta ciudad para admirar la fusión del arte occidental y el talento indígena, representada en sus diferentes obras patrimoniales. El Barrio San Diego es uno de los lugares más tradicionales del Centro Histórico de Quito (CHQ), este barrio cuenta con una abundante historia y arquitectura patrimonial, representada en su iglesia, convento, cementerio y alrededores, que son auténticos tesoros que datan del periodo colonial. Lamentablemente son muy pocos los turistas que visitan este lugar, debido a la inseguridad producida por la marginalidad de las personas que viven en el sector.

El Barrio San Diego precisa de cambios que produzcan mejoras en su comunidad, en su estructura y en su planificación organizacional, por eso se requiere de una investigación que abarque al ciudadano del sector como el factor fundamental para el desarrollo en un ámbito turístico, ofreciendo una opción para rehabilitación del barrio. La finalidad de este estudio es evaluar la potencialidad turística del barrio, para proponer estrategias que contribuyan a la transformación social en este lugar, sin embargo, es complicado efectuar alternativas de progreso social, en una población que ya tiene actividades laborables definidas, por eso es importante conocer en que dimensión los ciudadanos del sector son capaces de realizar actividades turísticas.

1.2 Justificación

El 8 de septiembre de 1978 Quito fue nombrada por la Unesco como Patrimonio de la Humanidad, debido a que dispone con atractivos culturales irremplazables. Uno de estos lugares es el icónico Barrio de San Diego en el Centro Histórico de Quito, que por

diversos aspectos se ha marginalizado, poniendo en riesgo tanto a su población como a sus recursos culturales (Romero, 2018).

En este estudio se pretende analizar el valor del turismo para la recuperación de espacios públicos como una alternativa para el desarrollo local del barrio San Diego, utilizando como recurso principal la participación ciudadana. Por eso se expondrán factores de carácter social y personal para realizar está investigación, además de profundizar porqué es pertinente factible y necesaria un estudio de esta índole.

A nivel mundial se han dado diferentes casos de recuperación de espacios públicos involucrando al turismo, en su mayoría estos casos tuvieron resultados favorables, lo cual constituye una inspiración para realizar este estudio.

Por otro lado, la investigación turística es muy escasa, en nuestro país son muy pocos los estudios que se enfocan en la recuperación de espacio públicos utilizando al turismo como posibilidad de cambio en situaciones de pobreza. Se presenta la necesidad de realizar un análisis que involucre a un sitio desvalorizado. El propósito es contribuir a varias instituciones públicas, privadas, municipios, ministerios, GAD's, y empresas turísticas en general para apoyar y sustentar futuros proyectos turísticos.

De los pocos estudios con similaridad al tema propuesto, muy pocos cumplen con objetivos de evaluar la capacidad de los ciudadanos para realizar actividades turísticas, conocer la aptitud turística del Barrio San Diego y plantear estrategias de recuperación social y espacial.

El Barrio San Diego es considerado un lugar peligroso por el alto nivel de delincuencia que se vive en el lugar y sus alrededores, incluyendo la precariedad en la que vive la mayoría de personas del barrio. Desde el punto de vista social, este trabajo pretende explorar al turismo como una alternativa para la reducción de los niveles de marginalidad del sector, proponiendo un desarrollo colectivo.

Adicionalmente la participación ciudadana es el factor primordial, ya que los residentes del barrio serían los actores principales para la realización de las estrategias por medio de diagnóstico y planificación turística, lo cual, de existir voluntad, pudiera servir de insumo a las entidades públicas para motivar a las personas del uso adecuado de los espacios públicos, buscando un cambio en su percepción y accionar, con el fin de que comprenda la riqueza turística y cultural en la que habita. Se considera así a la

participación ciudadana como un recurso con gran potencial para la exploración social en el ámbito turístico (Ortiz *et al*, 2014).

En lo personal, es importante otorgar relevancia turística al Barrio San Diego, no solo para mejorar la calidad de vida de las personas, sino también con el propósito de articular a este sector con toda la promoción turística del CHQ.

Asimismo, frente a la importancia de revitalizar la identidad para el futuro a este barrio emblemático de Quito, se justifica el desarrollo de esta investigación donde se realiza un análisis de las potencialidades del barrio y sus conflictos sociales y culturales. En base a toda la información recogida se proponen estrategias turísticas para el beneficio del mismo, con este trabajo se aspira a los residentes identifiquen sus prioridades y necesidades, así como su motivación para optimizar la actividad turística del Barrio San Diego, para revivir la economía local y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. De igual forma, con el progreso y restauración del barrio, se aspiraría a mejorar la imagen negativa e insegura que ha proyectado a la ciudadanía.

1.3 Planteamiento del problema

A pesar de existir una sustancial concentración de turistas en el Centro Histórico de Quito, barrios como San Diego han sido poco aprovechados por los visitantes.

El deterioro de los espacios públicos del Barrio San Diego expone difíciles relaciones sociales, que poco a poco llevan al estancamiento del desarrollo colectivo, generando problemas de gran magnitud como la apropiación de espacios públicos por parte de comerciantes informales. Una de las condiciones más problemáticas es la ausencia de articulación entre la municipalidad y el gobierno nacional, para llevar a cabo estrategias de soluciones zonales (Vidal y Martínez, 2012).

Existen conflictos que precisan soluciones a las necesidades de los ciudadanos del barrio, entre los problemas más comunes está la carencia de servicios básicos, ausencia de infraestructura y espacios públicos, la fragilidad física de las edificaciones, insalubridad, contaminación visual y auditiva, tugurización, habitabilidad, el constante desgaste de monumentos históricos, falta de proyectos para una mejor calidad de vida, delincuencia e inseguridad y problemas de posesiones ilegales de terrenos (Jurado, 2016).

Pero el principal problema existente son los altos índices de marginalidad que existen en el lugar, una de las causas es que la función habitacional de los centros históricos ha

cambiado durante los años y las personas con un alto nivel adquisitivo prefieren lugares más exclusivos para habitar, abandonando la centralidad, cediendo los inmuebles patrimoniales a personas de bajos recursos económicos.

Esta investigación pretende contribuir al desarrollo del Barrio San Diego, indagando las potencialidades y limitaciones para desarrollar actividades turísticas, que optimicen la calidad de vida de los ciudadanos, mediante un diagnóstico de la situación actual del barrio y el nivel de voluntad, participación y capacidad que tengan los habitantes para realizar turismo.

Es muy complicado ejecutar alternativas para desarrollo social, en una población acostumbrada a diferentes actividades de negocio distintas al turismo, por eso este estudio propone contestar a las siguientes preguntas centrales ¿En qué medida la participación ciudadana por medio del turismo puede ser una alternativa para la recuperación del Barrio San Diego? Y ¿Qué estrategias pueden delinearse para alcanzar este fin?

1.4 Objetivos

1.4.1General

Evaluar la potencialidad para el turismo del Barrio San Diego como alternativa de recuperación e integración espacial y social, por medio de la participación ciudadana.

1.4.2 Específicos

Contextualizar histórica, social y culturalmente el caso de estudio, señalando además las problemáticas barriales actuales.

Determinar la aptitud turística del barrio San Diego por medio de la identificación de sus recursos culturales y servicios relacionados a la actividad.

Evaluar la capacidad y voluntad de los ciudadanos del barrio para su integración a potenciales proyectos turísticos.

Plantear estrategias de recuperación espacial y social por medio del uso turístico participativo de la comunidad del Barrio San Diego.

1.5 Fundamentación teórica

1.5.1 Marco Teórico

Ya que el objeto de estudio será la recuperación de espacios públicos para el turismo en San Diego, es necesario trazar indicadores que sirvan como fundamentos teóricos sobre los cuales se pueda sustentar la investigación.

Uno de los temas fundamentales son los sistemas turísticos, esta matriz de gestión turística puede ser empleada en cualquier destino turístico, convirtiéndose en herramientas provechosamente ajustables, estos sistemas cuentan con diferentes recursos que se relacionan entre sí, y ejecutan propósitos planteados para el beneficio del atractivo.

Una visión sistémica con frecuencia es empleada para detallar las actividades turísticas, porque permite examinar sus complejidades y mejorar enfoques que estudian al turismo desde un punto de vista único. Un sistema turístico contempla un conjunto de factores que integran al turismo como un todo interrelacionado, adicionalmente posibilita detallar elementos importantes en la oferta y demanda turística, y la conexión de los subsistemas con el entorno (Varisco, 2013).

Los sistemas turísticos son productivos, ya que nos facilitan el describir y analizar los impactos de las actividades turísticas. El entendimiento sistémico del turismo se establece en cuatro teorías básicas: la Teoría General de Sistemas de Von Bertalanffy, la Teoría de Sistemas Dinámicos de Forrester, la Teoría de Sistemas Complejos de Rolando García y la Teoría de Sistemas Funcionales de Luhmann (Vázquez *et al*, 2013). Las actividades que se realizan con un sistema turístico son particularmente beneficiosas para llevar a cabo talleres y clases de capacitación. Los subsistemas turísticos son definidos como sustento del entendimiento mundial del turismo como un suceso complejo.

Según la OMT, un sistema turístico, es el producto de varias relaciones complejas, que se dan entre distintos elementos que se deben contemplar desde un punto de vista sistémico, en otros términos, un conjunto de factores que se relacionan entré si y progresan de manera proactiva. Se perciben cuatro factores básicos para las actividades turísticas: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores del mercado (Sancho, 2011).

La operatividad de un sistema se produce al detectar la oferta y la demanda turística por medio del proceso de venta de un producto turístico, que ligado a la infraestructura crean una estructura de producción de un atractivo turístico. Un elemento importante en el sistema turístico es la superestructura turística, cuya finalidad es controlar la efectividad del sistema, supervisando el funcionamiento y relaciones de los distintos factores que conforman al sistema (Boullon, 2006).

> Para Leiper (1990) el turista constituye un stakeholder crítico en el inicio del sistema turístico y en el funcionamiento del mismo, tanto en las regiones de origen como en las regiones de destino. El resto de elementos y sus atributos del sistema adquieren una importancia secundaria. El residente en el destino turístico no juega un papel central en la planificación y gestión del turismo, ni los agentes vinculados a la gestión de las empresas turísticas (desde el directivo hasta el recepcionista), ni las instituciones asociadas al turismo (agencias, entidades de deportes, etc.) ni los gobernantes. Hoy en día no sólo se reconoce dicha importancia, sino que se exige una gestión responsable, sostenible y cooperativa.

Los diferentes factores de un sistema turístico son importantes para el desarrollo de este estudio, el cual se enmarca dentro del turismo urbano.

El turismo urbano es el que se desenvuelve en un espacio urbano, en términos generales, se define como el turismo que se realiza en una ciudad en específico, conformándose como un destino, transformando a una ciudad de una atracción a un producto turístico (Jiménez, 2012).

El turismo urbano para Sanz (2016), es un fenómeno complicado que produce impactos en la realidad urbanística de muchas ciudades. En los sitios que se asienta el turismo, se perciben transformaciones dadas por las actividades realizadas por el turismo en masas. Las ciudades rivalizan entre sí para posicionarse como destinos líderes, transformándose en parques temáticos, paisajes urbanos superficiales y alterando su carácter en algunos casos de manera irreversible.

Hay varios aspectos fundamentales que componen al turismo urbano: las ciudades son uno de los destinos turísticos más antiguos, el turismo que se da en la ciudad es una modalidad que está creciendo a nivel mundial, establecida en la variedad y heterogeneidad de sus atractivos. Para definir al turismo urbano Rodríguez (2009), establece dos perspectivas:

> Cualquier modalidad de la actividad turística que se lleve a cabo dentro de un espacio catalogado como urbano y un conjunto de actividades específicamente ligadas a la esencia de la ciudad vinculadas con prácticas económicas (negocios), académico-formativas (estudios, seminarios, simposios, eventos y congresos) y sociales en general, que lleven a cabo los propios usuarios turísticos (p.4).

El turismo urbano es un acontecimiento que está creciendo exponencialmente en los últimos años, cambiando las corrientes turísticas a nivel mundial. Para que se dé un turismo urbano conveniente se debe tomar en cuenta que la ciudad se convierte en un producto turístico atractivo y se configura como un factor determinante en la demanda turística. Adicionalmente se debe analizar que para que se dé un turismo urbano oportuno se debe implementar factores como: una buena heterogeneidad social y cultural, multifuncionalidad económica y una alta densidad de personas, estructuras y funciones sociales (Serrano y Rausell, 2005).

Con un sistema turístico y el tipo de turismo a desarrollar, el factor social es importante, ya que sin la ayuda de los ciudadanos los proyectos que se pretenden realizar no se podrían lograr, por eso la participación ciudadana es primordial.

Se entiende como participación ciudadana a la capacidad e independencia para solucionar de manera eficaz los conflictos de una población, más allá de proyectos e intervenciones de orden público. La participación se comprende como un proceso de consulta general para los actores, ya que ellos representarán a la sociedad en la toma de decisiones y en los procesos de transformación (Jurado, 2016).

La participación ciudadana se relaciona con el concepto de desarrollo humano, el cual procura que los sistemas de ordenación social sean aprovechados para el desarrollo del potencial de las personas, y mas no que las personas sirvan a los intereses de los sistemas de ordenación social (Espejo, 2009).

En el ámbito turístico, la participación ciudadana pretende expresar la importancia de una planificación e investigación social en esta actividad, por eso se plantean propuestas metodológicas para delinear un mecanismo participativo, que tenga una finalidad operativa en turismo (Ortiz *et al*, 2014).

La participación ciudadana sirve como una herramienta para el beneficio de las comunidades, desde su realidad, aspiraciones y potencialidades, incitando la práctica social, por medio de la colaboración de todos los actores involucrados, proponiendo como

objetivo principal el desarrollo de una idea de apropiación de sus espacios, actividades y bienes, factores que dependen de la actividad turística (Camacho *et al*, 2011).

Para objetos de este estudio se utilizarán los conceptos de Sancho para sistema turístico, Sanz para turismo urbano y Camacho *et al*, para participación ciudadana, ya que estos autores y sus perspectivas aportan sustancialmente al tema de esta investigación.

1.5.2 Marco Referencial

Dado que el objeto de estudio del presente trabajo será recuperación de espacios públicos para uso turístico, se realizará un acercamiento referencial a casos de otras ciudades que han llevado a cabo diferentes estrategias para el rescate de estos sitios en miras a mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos.

Design District en Miami

Cuando se habla de recuperación de espacios públicos, Miami es un caso pertinente para analizar, ya que se convirtió de un pequeño puerto a uno transatlántico reconocido a nivel mundial, recibiendo 4 millones de visitantes al año. La ciudad cuenta con emprendimientos viales e inmobiliarios de inmensas proporciones, convirtiéndola en el acceso al comercio entre Estados Unidos y América Latina, gracias a estos factores la ciudad crece en su densidad poblacional año tras año.

En el centro de Miami se encuentra uno de los barrios con la transformación más notable por su constante renovación y desarrollo. Miami Design Distric era un barrio con altos grados de peligro, ya que se encuentra cerca al suburbio de Little Haití (Arriagada, 2017).

Fue una transformación monumental la que experimentó el barrio Distric Design, al convertirse en una zona olvidada a uno de los sectores más prestigiosos de la ciudad. El visionario Craig Robins apoyó a la remodelación del barrio, alrededor de 25 años atrás decidió invertir en la compra de inmobiliarios de la zona. Robins convenció a diseñadores famosos a desplazarse a este sector, cambiando almacenes vacíos en galerías de arte, transformando edificaciones malgastadas en reconocidos restaurantes, bares y clubs nocturnos y de poco a poco el Design District comenzó a resurgir.

La transformación fue radical, las calles y veredas que estaban obstruidas por tráfico se abrieron para un mejor disfrute del tránsito peatonal, se inauguraron plazas y galerías

para el público, en una zona donde la arquitectura moderna se combina con edificios icónicos con fachadas formidables (About Español, 2016).

Caso del Centro Histórico de San Salvador

La realidad en el centro histórico de San Salvador, es de una vocación habitacional y que en su gran mayoría es para personas con bajos recursos económicos, además que el crecimiento turístico de la ciudad aumenta su demanda y ocasiona daños en el patrimonio. El centro de la ciudad ha atraído a los visitantes por las diversas actividades que ha ofrecido por medio de servicios e infraestructura, pero la comercialización informal capta la atención de la población local que va en busca de mercancía de primera necesidad.

Las acciones antes mencionadas crean problemas en el sector, por eso las entidades municipales de San Salvador realizaron una de las limpiezas más drásticas en el área, donde utilizaron maquinaria pesada para quitar las pertenencias de los comerciantes informales, además de restringir la entrada a las zonas donde comercializaban por varios días, en lo que se culminaban las labores de limpieza. Todas las acciones que tomaron las autoridades fueron en vano ya que luego de una semana los comerciantes volvieron al lugar, solo que esta vez ya no tenían sus puestos improvisados con ellos (Vidal y Martínez, 2012).

Santiago de Compostela

La recuperación que se realizó en Santiago de Compostela se afianzó gracias a la existencia de un foro de organización administrativo y colaboración institucional, creando así un plan cultural para la ciudad, en donde se involucró el municipio y la sociedad, todas estas acciones causaron en la ciudad el hallazgo de adecuados instrumentos urbanísticos, un mejor involucramiento de la población y una planificación equilibrada entre pasado y presente (Troitiño, 2013).

Recuperación del Cerro Santa Ana

Las políticas de planificación urbana, que fueron implantadas en el Cerro, recomiendan al barrio como un espacio idóneo para realizar turismo. Las medidas asignadas a través de la Ordenanza de Regeneración del Cerro y el Reglamento interno han sido desarrolladas por la Municipalidad de Guayaquil. No obstante, nacen interrogantes acerca de la funcionalidad turística, donde aparecen factores como ¿Qué ocurre a espaldas de los turistas?, ¿Los habitantes del barrio aceptan y se adaptan a esta

demanda, o por el contrario resisten y podrían subvertir las nuevas condiciones creadas por las políticas de "Regeneración urbana"? (Cárdenas, 2014).

El proceso de regeneración urbana se constituyó en Guayaquil desde el año 2000, los principales componentes a restablecer eran la valoración infraestructura y procesos sociales, factores que se delegaron para beneficio de la ciudad. Para el año 2001, el Consejo Cantonal de Guayaquil aprobó la ordenanza que regula el Plan de Regeneración Urbana del Cerro Santa Ana, con el objeto de optimizar y fortificar la imagen del Cerro, colaborando con el crecimiento sostenible de una zona convencionalmente peligrosa y precaria, tanto en el ámbito social y estructural.

La regeneración urbana trajo beneficios a los ciudadanos del sector, colocándolos a vivir en un barrio modelo, con más seguridad, con mayor integración para realizar actividades comerciales, ayudando a los habitantes a dejar la precariedad en la que vivían.

Sin embargo, varios habitantes del Cerro Santa Ana consideran que la regeneración del barrio es inconsistente, ya que la ordenanza que regula el Plan de Regulación del Cerro Santa Ana, dejó claro que las intervenciones no se realizarían en el lado oeste del Cerro. Lo que en la actualidad provoca una fragmentación del barrio: un sector regenerado, limpio y comercial, y por otro lado un lugar sucio, desordenado y precario.

Malecón Las Palmas

En el mandato del expresidente Rafael Correa se inauguró la recuperación del malecón Las Palmas en Esmeraldas, el objetivo de esta recuperación es transformar a esta playa en un sitio turístico reconocido, posicionándola como la mejor playa del Ecuador, originando beneficios para los ecuatorianos y en especial para los esmeraldeños. Las acciones que se tomaron para la renovación del lugar fueron: extensión del territorio playero, restauración del edificio FLOPEC y en un futuro la incorporación del Centro de Atención Ciudadana (CAC) y un hotel cinco estrellas. La renovación del malecón tuvo un costo de 48 millones de dólares del gasto público (El Ciudadano, 2016).

Las acciones que se llevaron a cabo, generaron muchas críticas por parte de la ciudadanía hacia el gobierno de turno, la alcaldía de Esmeraldas y la empresa FLOPEC (empresa que financió y administró el proyecto), debido a que se generaron dos caras en la Playa Las Palmas, el lado norte que cuenta con un malecón nuevo entre otras infraestructuras de primera y el lado sur que dispone de calles sin asfaltar, entre otros

problemas, volviéndolo un lugar con una clara desorganización. Desde la misma alcaldía reconocen que faltan por intervenir 40 000 metros cuadrados, donde existieron inconsistencias en la aplicación de un sistema de adjudicación de los locales que funcionan como restaurantes (Bonilla, 2016).

Centro Histórico de Quito

La alcaldía de Jamil Mahuad, se reconoció por una gestión que apoyo a la mayoría de los servicios públicos del CHQ, en donde sobresalen obras como la planificación y construcción de un sistema de transporte (actual Trolebús), pero la obra más sobresaliente en su gobierno fue el elevar a Quito al nivel de Distrito Metropolitano, ofreciendo así más autonomía a las autoridades municipales (Gergel, 2019).

En el mandato de Paco Moncayo como alcalde de Quito, se proveyó de servicios básicos en muchas zonas de la ciudad como: agua (cobertura de 97.33%), electricidad (99%), alcantarillado (93%), se incrementó el turismo en un 2.15%, se realizó el proyecto de recuperación del Boulevard 24 de mayo, entre otros proyectos (Ayala, 2017).

Las administraciones para conservación del CHQ, permitieron a esta zona colonial recibir en el año 2015 a 480.657 turistas internacionales y este número va en aumento cada año (Quito Turismo, 2015).

El turismo no solo impulsa el desarrollo del CHQ, también asocia y refuerza la actividad económica que provee de servicios al visitante, lo que se refleja en los datos de Quito Turismo (2019), el turista que visita el CHQ tiene un gasto promedio por día de $101.83 y un gasto promedio por visita de $596.62.

Es importante considerar que la infraestructura turística del país no es apropiada y sé evidencia que no se encuentra bien equipada para acoger una enorme cantidad de turistas. En diferentes destinos turísticos a nivel mundial se identifica que a mayor cantidad de turistas su nivel de exigencia es mayor, por eso se necesario brindar la mejor calidad en servicios, servicios que en nuestro país no son los óptimos, originando así un factor de turismo interno y externo desatendido (Echeverría y Labanda, 2006).

En los casos citados se han producido diferentes estrategias para recuperar distintos espacios, y en su mayoría han generado un impacto positivo, por lo tanto, se debe plantear estrategias conforme a los casos que obtuvieron los mejores resultados tanto en el ámbito social, económico y turístico.

1.6 Marco Metodológico

La metodología que se aplica en esta investigación se articula con los objetivos planteados, por esa razón cada objetivo específico contempla fases de acción a realizar con diferentes actividades. La primera fase contempla la recolección de datos por fuentes de información secundaria (libros y publicaciones científicas).

En la siguiente fase se realizó entrevistas y encuestas con el objetivo de conocer el interés y voluntad de los habitantes para trabajar en proyectos turísticos. Se utiliza a la entrevista semiestructurada como instrumento de información primaria, ya que este tipo de metodología nos permite adquirir la información requerida de manera personalizada y en forma oral, además de adquirir aspectos subjetivos de las personas como por ejemplo sus creencias, actitudes, opiniones o valores en relación a la situación que se estudia.

La encuesta se realizó a hombres o mujeres que han vivido en el Barrio San Diego por más de dos años, que tengan entre 16 a 65 años, sin importar su nacionalidad, actividad económica, ni su nivel adquisitivo. La aplicación de encuestas se realizó a los habitantes del barrio San Diego y tiene como objetivo obtener información referente a datos como situación económica actual, actividad comercial, periodo de tiempo que ha vivido en el barrio, problemas frecuentes en el sector y la imagen del lugar en el que habita, interés y capacidad para participar en servicios turísticos, con el objeto de conocer el nivel de participación que brindarán para futuros proyectos turísticos.

De acuerdo con el informe de Secretaría de Ordenamiento Territorial y Planificación, Población e Indicadores del Barrio Sector del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) y según las Parroquias y Administración Zonal (2001), se registra un número de 2366 habitantes, aproximadamente.

Por lo que para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para la estimación de la proporción con una precisión específica, que se detalla a continuación:

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

N=Universo=2366
Gc=Grado de confiabilidad
95%=1.96
P=Variancia 50%=0.5
Q=Variancia 50%=0.5
e=Margen de error +-5% 0.0511

n= muestra= 331 equivalente al número de vecinos a encuestar.

En tercer lugar, se llevó a cabo la denominada metodología de observación participativa; la cual consta de una observación e introspección en el estudio; por medio de visitas de campo, reuniones de trabajo ya que de esta forma se puede obtener un levantamiento de información directa para analizar en el sitio el papel que juega el turismo en el sitio de investigación y así también conocer la labor de los actores principales.

Para este estudio, se justifica la utilización de un grupo focal, porque representa la premisa básica de representar a la sociedad por medio de un pequeño conjunto social. En una investigación de carácter social es fundamental levantar información que conste con experiencias, conocimientos y criterios personales de los habitantes del lugar de estudio. Los participantes son habitantes del Barrio San Diego, con un rango de edad entre 17 a 70 años.

La última fase consta en la sistematización de los datos recolectados, en donde se diseñó una matriz FODA para la realización de objetivos. Un análisis FODA nos permitió analizar las variables recogidas de esta investigación para plantear estrategias en base a las necesidades puntuales del barrio, gracias al diagnóstico que se obtiene, con esto se tomaron decisiones acordes a los objetivos de la disertación.

Este trabajo se desarrolló en base a las aportaciones metodológicas de otras investigaciones realizadas sobre el objeto general de estudio, relevantes para reflexionar sobre una serie de variables específicas y evaluar la funcionalidad turística del barrio San Diego.

Esta investigación es de índole descriptiva, debido que, al detallar el área de estudio, actividades a realizar y procesos que se ejecutaron nos posibilitaron entender la situación actual del Barrio San Diego. Tratándose de una investigación descriptiva no se permite la limitación de recolección de datos, sino que los datos recolectados sirvieron para un análisis minucioso para el aprovechamiento del desarrollo del barrio y el conocimiento ciudadano.

2. CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

2.1 Ámbito Histórico

La historia de este barrio comienza en el siglo XVI, con los asentamientos de las primeras residencias que conformaron la localidad Auqui, en los siguientes siglos XVII y XVIII, se da la construcción del convento e iglesia de los Franciscanos, y a finales del siglo XIX, se edifica el cementerio de San Diego.

2.1.1 Asentamientos Auqui

Algunos años previos al arribo de los españoles al Reino de Quito, el Inca Atahualpa seleccionó un sitio rural para erguir sus reales aposentos, destinadas al reposo del soberano, este espacio se localizaba en el límite sur occidental de la urbe inca, en la parte derecha del viejo sendero que se dirigía a Quito "Capacñan". Anteriormente, este era un bosque nativo asentado en un área triangular, bordeado por dos quebradas pequeñas. Cuando se comenzó con la construcción de los aposentos, se establecieron dos casas destinadas para el reposo en la ciudad inca, una en lo que actualmente se conoce el Placer perteneciente a Huayna-Cápac y la del ahora Barrio San Diego correspondiente a Atahualpa. Aunque no se ha encontrado información exacta que establezca que estas casas fueron completadas con el arribo de los españoles, si se conoce que cuando se fundó Quito, los aposentos de Atahualpa le correspondieron a su hijo Don Francisco de Atahualpa Tupatauchi nombrado el "Auqui", que en kechua se le denominaba al heredero del inca (Espinosa, 2004).

Al final del siglo XVI y la primera mitad del siglo XVII, las residencias Auqui alcanzaban entre el actual convento y la quebrada de San Diego. El Cabildo del 17 de junio de 1538 otorgó a los "yanaconas" (criados beneficiados de los incas, y seguidamente servidumbre de los Auqui), terrenos en el lugar (Espinosa, 2004).

El Barrio San Diego se encontró poblado por residentes de elevada dignidad y también por su personal los yanaconas. Todos estos sujetos fueron desplazados a este lugar debido a las órdenes del cabildo, que estableció como límite residencial a San Diego, ya que en el norte se instaló la población de blancos y al sur la urbe de los incas (Tejada, 2010).

2.1.2 Barrio Franciscano

San Diego se conformó y denominó como barrio, en el siglo XVII, con la edificación del Convento de la Recolección de San Diego. Este convento se construyó en 1589 y se finalizó 170 años más tarde, esta fue la primera recoleta que se construyó en Quito y la segunda en Sudamérica. En la época colonial, las asignaciones del inmueble se dedicaban a la perfección inmaterial, ejecutando trabajos de corrección y formación. La iglesia y convento eran el núcleo esencial de organización del barrio, por lo que era fundamental crear calles para el paso peatonal, delineando así manzanas y delimitaciones territoriales. En el siglo XVII, se inauguraron calles para el aprovechamiento del peatón y cabalgaduras. La vía más importante, la actual calle "Chimborazo", que a mediados de siglo se la llamo "La calle larga de San Diego" y denominada por los moradores "La calle de la Amargura", a causa de que en el convento se efectuaban prácticas religiosas que integraban métodos de suplicio (Zandumbilde, 2012).

Entre los siglos XVII y XVIII, en el CHQ se construían una enorme cifra de viviendas, más el Barrio San Diego era la excepción, en donde las casas eran muy pocas, la mayoría de espacios eran huertos, regadíos, chacras y potreros, en una comunidad donde la mayor parte de habitantes eran indígenas que laboraban en la fabricación de artesanías y en el mantenimiento del Convento San Diego. Cerca del convento se localizaba un obraje a cargo de la Orden Franciscana, en donde se elaboraban los atuendos de los religiosos. Por eso san Diego adquirió la reputación de ser un barrio de artesanos. Con el creciente número de empleos que traía la actividad artesanal, se comenzó a inaugurar chicherías y otros sitios de júbilo popular. Las chicherías y estancos no eran del agrado del convento, que tomaron acciones para obtener rentas y afrontar el disfrute tradicional que acudía seguidamente a las cantinas, para eso los franciscanos divulgaron el culto a la Virgen de Monserrat y la Virgen de Chiquinquirá. Con la veneración infundida por los franciscanos, el barrio hacía donativos y otras remuneraciones al convento, consiguiendo así que los ciudadanos no expendan su dinero en sitios profanos (Espinosa, 2004).

2.1.3 Construcción del cementerio

Mientras se concluía la edificación del Convento de la Recolección de San Diego, en el lapso de 100 años, no se contempló alteraciones en el tejido barrial, ni en el modo de

vida de los ciudadanos. Posteriormente el barrio comenzó a caer en el abandono y deterioro, perjudicando así al convento, encadenando un declive para las devociones a las vírgenes, que llegaron a ver su final en el siglo XIX (Tejada, 2010).

En la presidencia de Gabriel García Moreno se construyeron varios edificios de carácter religioso. Las acciones que tomó el presidente enfrentaban al alcoholismo y otras actividades banales, creando así el precepto de 1869, indicando que las chicherías de la ciudad deben liquidar un peso al mes y en parroquias rurales 4 pesos al mes, sancionando así el consumo de alcohol (Espinosa, 2004).

Pese a las rigurosas normas impuestas, a la mitad del siglo XX, las cantinas y chicherías, se incrementaron en San Diego, este crecimiento se dio por la construcción del cementerio, puesto que conforme a la cosmovisión andina el alcohol es un componente empleado para purificar al ser humano, adicionalmente, a causa de la proximidad de los difuntos y su degeneración, se adjudicó que era una medida de prevención a enfermedades como el "mal aire". La construcción del cementerio, consiguió el progreso del barrio que se encontraba estancado en un retraso barrial, los dirigentes de la ciudad optimizaron los caminos de ingreso, se realizaron ampliaciones de las calles para una conveniente circulación de los medios de transporte. También se rellenó la quebrada de San Diego, para extender la calle Ambato; se alzó un puente para prolongar la calle Imbabura; y se construyó la plaza Victoria (Chancosa, 2013).

Pero la obra más relevante para el barrio fue la construcción del cementerio, dado que modificó la vida de los ciudadanos de San Diego, puesto que promovió el comercio, originándose más plazas mercantiles de actividades relacionadas a la venta de flores, cerrajerías, venta de alimentos y traslados funerales (Zandumbilde, 2012).



Figura 1: Entrada al cementerio de San Diego
Fuente: (Vinueza, 2019)

2.1.4 Boulevard 24 de Mayo

Hasta el año 1920 la representación de San Diego no se había modificado, era un área marginal, visto para los ciudadanos y autoridades de Quito como lugar donde hallaban los remanentes comunes y en dónde se desempeñaban actividades rechazadas por la sociedad (Tejada, 2010).

La prosperidad arribaría una vez más al sector con la inauguración de la Av. 24 de Mayo en 1922, esta avenida se realizó como un reconocimiento a la Batalla del Pichincha, la calle fue calificada por los habitantes como una representación de superación barrial.

En un principio el boulevard propulsó el crecimiento del sector hasta la década de los 70´s, sin embargo, desde esa década, se arruinó la serenidad que caracterizaba al sector, debido a que los negocios que eran característicos de la zona “El Aguarico”, se desplazaron a la Av. 24 de Mayo, provocando una considerable degradación a la situación urbana (Ortega, 2014).

2.1.5 Decaída

El desenlace de una etapa de tranquilidad llegó a San Diego en la década de los 70´s, ya que la Av. 24 de Mayo sufrió de un deterioro determinante, además las construcciones de los túneles Av. Occidental y el Mercado de San Roque contribuyeron a la mala imagen de San Diego. Lastimosamente el boulevard 24 de Mayo se transformó en un mercado popular, donde se vendían alimentos, medicinas, artículos del hogar e incluso objetos hurtados. Este estado empeoró cuando se dio una concurrencia de prostitutas, que paseaban por las calles, y se establecían en los hoteles, que con el tiempo se convertirían en burdeles, y los propietarios de estos establecimientos insistían en la compra de las viviendas donde se ubicaban sus negocios. En adición surgió un entorno marginal, festivo y comercial, y la criminalidad aumentó en gran cantidad. Esto causo que muchos de los moradores dejaran el barrio, vendiendo sus viviendas a migrantes y otros abandonando sus casas, rompiendo totalmente con la antigua estructura del Barrio San Diego (Espinosa, 2004).

En la actualidad este espacio no se usa más por comerciantes informales (gracias a los esfuerzos de vigilancia de las autoridades policíacas y municipales), pero la ausencia de esta actividad ocasionó un aumento en los índices de pobreza. Como consecuencia la recuperación del espacio fragmentó la subsistencia económica de pequeños locales comerciales/residenciales, debido a que la mayoría de locales del CHQ, son negocios familiares asociados a los vendedores de la calle, entonces la recuperación del espacio público y la eliminación del comercio informal en el Boulevard 24 de Mayo fue ineficiente (Paz, 2015).

2.2 Ámbito Geográfico

El CHQ comprende una superficie de 264 hectáreas, pero el “Núcleo Central” está compuesto de tan solo 54 hectáreas, en donde se localizan la mayoría de servicios y atractivos turísticos. El núcleo del CHQ es integrado por los barrios González Suárez, San Marcos, La Loma Grande, y parte de los barrios San Sebastián, San Roque, San Juan en sus límites con el barrio González Suárez (Oviedo, 2014).

Este barrio se encuentra sujeto a la autoridad de la Administración Zonal Manuela Sáenz y conforme a la segmentación territorial San Diego corresponde al sector Centro Histórico y al subsector del mismo nombre. Conforme al Dirección Metropolitana de

Planificación Territorial y Vivienda (2014), el Barrio San Diego se localiza en el interior de la parroquia Centro Histórico.

Este barrio limita al norte con los barrios de Libertad Bajo y la Victoria, al sur con el barrio Dos Puentes y el Panecillo, al este con San Sebastián y al oeste con Libertad Bajo, La Colmena y parte del Barrio Dos Puentes. El barrio está demarcado por las calles: Abdón Calderón, La Ermita, Gral. Francisco Farfán, Bahía de Caráquez, Pérez Quiñones e Imbabura. Además, la Av. Mariscal Sucre y la calle Chimborazo que cruzan el fragmento central de este territorio (Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2019).

Las particularidades naturales del espacio en donde se sitúa el Barrio San Diego, han configurado históricamente la extensión física como resultado de las irregularidades de su relieve, además de la cercanía a dos quebradas (Quebrada de San Diego y la Quebrada de Jerusalén) y por estar ubicado sobre un complejo volcánico, pero con la marcha del tiempo las singularidades geográficas se transformaron, hasta llegar a ser el espacio poblado que es hoy en día (Picco, 2016).

En todo el CHQ se presentan aproximadamente 15 tipos de climas, que varían desde el clima nival que expone temperaturas inferiores a 4°C, hasta climas como tropical lluvioso, con temperaturas promedio de 22°C anuales. El núcleo central del CHQ, que es la zona más poblada cuenta con una temperatura promedio de 14°C (Distrito Metropolitano de Quito, 2012).

Se debe destacar que, durante el periodo colonial y el primer siglo de la República el Barrio San Diego, estaba compuesto por un área triangular de la quebrada Jerusalén, que cuando fue rellenada se convirtió en la Av. 24 de Mayo, la calle del Arco de la Magdalena (actual Bahía) y las calles Ermita y Farfán. Con la nueva fragmentación territorial del DMQ, el Barrio San Diego está segmentado en tres zonas: La Ermita, La Victoria y el actual San Diego (MIDUVI, 2014).

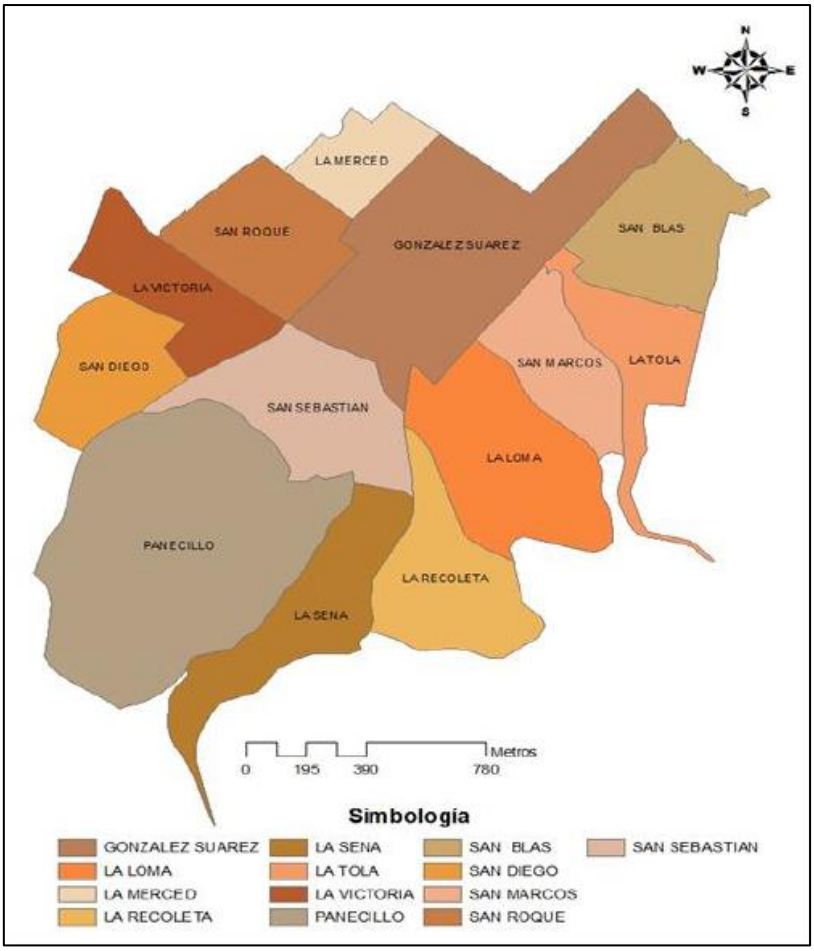


Figura 2: Mapa de los barrios de Centro Histórico de Quito
Fuente: (Oviedo, 2014)

El barrio San Diego al encontrarse en los puntos más alejados del núcleo del CHQ, es considerado una zona de amortiguamiento, en donde la administración y control de las autoridades son deficientes, puesto que la aplicación de las ordenanzas municipales es casi nula. En consecuencia, la apropiación de espacios públicos para el comercio informal es una actividad muy frecuente en este sector (Municipio Metropolitano de Quito, 2015).

Según la Encuesta Multipropósito del DMQ (2016), divide al DHQ en 4 zonas para una mejor obtención de datos estadísticos, estos sectores son: Núcleo central, Zona envolvente oriental, Zona envolvente occidental y Eje 24 de Mayo. Como se puede observar en la siguiente ilustración el Barrio San Diego pertenece al Eje 24 de Mayo.

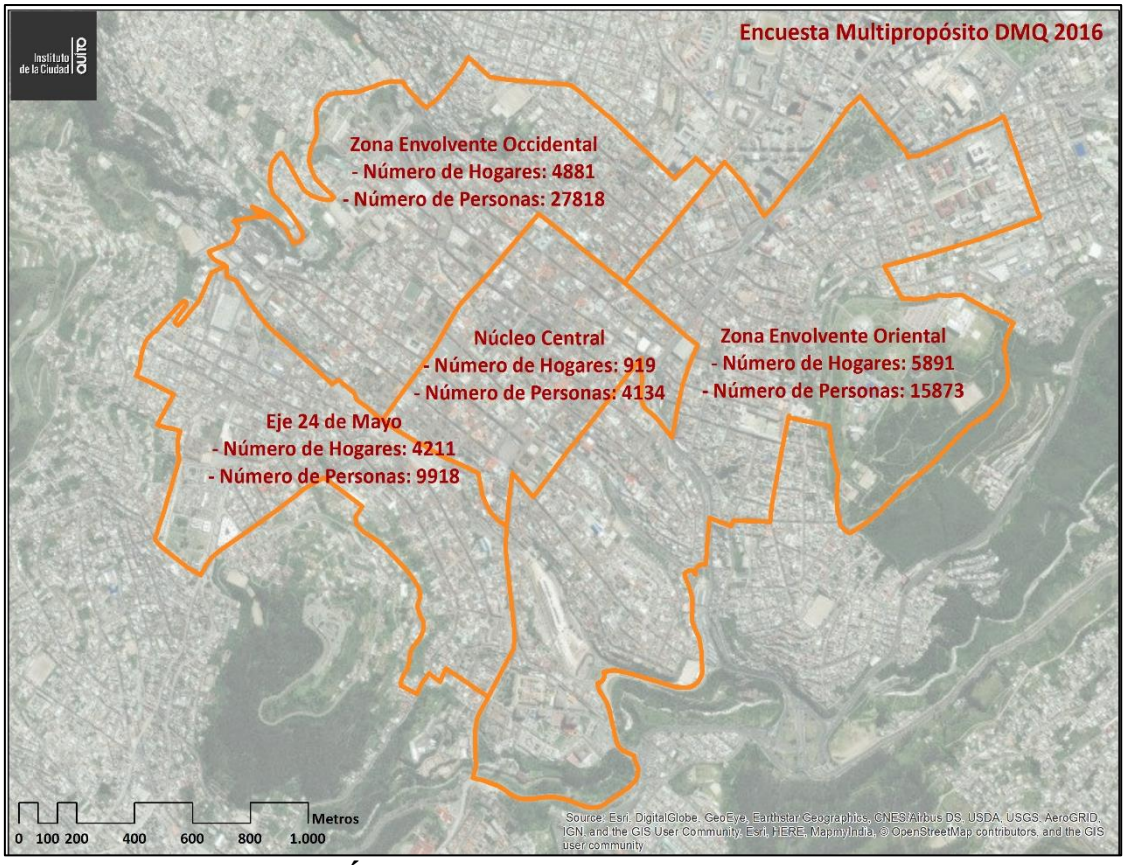


Figura 3: Áreas de Intervención del Centro Histórico
Fuente: (Encuesta Multipropósito, 2016)

2.3 Ámbito Social

2.3.1 Población

El Barrio San Diego calcula un total de 2.366 habitantes, con un total de 53% de hombres y 47% de mujeres, mientras que en el eje de 24 de Mayo el porcentaje de hombres es de 50.1% y mujeres con 49.9% (Tabla 1). La proyección del aumento poblacional en la zona es de 1.2% al año (MIDUVI, 2014).

De acuerdo con los datos ofrecidos por el INEC (2010), se revela que la edad dominante en el CHQ es de 20 a 24 años con un 10.30% de hombres y un 9.88% de mujeres. De igual manera se evidencia que el conjunto de 0 a 29 años de edad obtuvo el porcentaje más grande y el grupo de 70 años en adelante poseen los menores porcentajes

	Año 2001		Año 2010		Año 2016	
	% del total de mujeres del CHQ	% del total de hombres del CHQ	% del total de mujeres del CHQ	% del total de hombres del CHQ	% del total de mujeres del CHQ	% del total de hombres del CHQ
Jóvenes (de 0 a 19 años)	36.2%	38.1%	34.31%	33.66%	24.2%	28.8%
Adultos jóvenes (de 20 a 39 años)	34.2%	35.6%	33%	34.07%	30.4%	30.7%
Adultos intermedios (de 40 a 59 años)	18.1%	17.6%	20.65%	19.59%	25.5%	23.6%
Adultos mayores (de 60 a 90 años)	11.4%	8.7%	12.05%	9.86%	19.9%	16.7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 1: Porcentaje de la población del CHQ por grandes grupos de edad
Fuente: (Instituto de la Ciudad, 2018)

	Mujeres	Hombres	Total
Centro Histórico	50.8%	49.1%	100%
Zona Envolvente Oriental	51.6%	48.4%	100%
Zona Envolvente Occidental	50.8%	49.2%	100%
Núcleo Central	49.3%	50.7%	100%
Eje 24 de Mayo	49.9%	50.1%	100%

Tabla 2: Porcentaje de población por sexo (CHQ y zonas de estudio)
Fuente: (Instituto de la Ciudad, 2018)

Respecto al tipo de familia que se encuentra en los barrios del CHQ, el grupo predominante es la familia nuclear biparental (compuesta por una pareja con uno o más hijos), seguido de la familia extensa con un 17.5% (varias personas emparentadas, que no necesariamente tiene una relación de padre e hijo), además se encontraron familias como unipersonal (una sola persona), monoparental (un solo padre, con uno o más hijos) y nuclear biparental sin hijos (pareja sin hijos). Mientras que en el eje de 24 de Mayo, la familia extensa es la más representativa (Instituto de la Ciudad, 2018).

La Población Económicamente Activa (PEA) establece un total de 1.121 individuos, que laboran en oficios como el comercio de venta de flores en el acceso del cementerio, venta de alimentos y la elaboración de lápidas de mármol (MIDUVI, 2014).

Conforme a la información proporcionada por la Secretaria de Ordenamiento Territorial y Planificación (2014), el promedio de analfabetismo en los ciudadanos de San Diego es de 6.7% en hombres 8.5% en mujeres, la población que fue consultada tenía una edad superior a los 10 años. Respecto al grado de instrucción, la mayor parte de habitantes participó del nivel primario y secundario de educación, y una cifra pequeña alcanzó un título de tercer nivel.

En toda la superficie del CHQ se padece manifestaciones de despoblamiento, varios de los motivos que producen el vaciamiento poblacional en el CHQ son: transformaciones sociales, culturales, económicas y urbanísticas. El Barrio San Diego que pertenece al "Eje 24 de Mayo", también experimenta esta problemática (Tabla 3), donde se puede observar que se ha dado un despoblamiento de 16.3% en toda la zona. (Instituto de la Ciudad, 2018).

	Año 2001	**Año 2010**	**% de reducción**
Centro Histórico	60.316	49.384	18.1%
Zona Envolvente Oriental	22.650	18.108	20.1%
Zona Envolvente Occidental	18.183	15.125	16.8%
Núcleo Central	3.687	2.925	20.7%
Eje 24 de Mayo	15.796	13.225	16.3%

Tabla 3: Porcentaje de reducción de la población entre 2001 y 2010
Fuente: (Instituto de la Ciudad, 2018)

2.3.2 Problemáticas Barriales

En la actualidad el barrio sufre de un elevado índice de delincuencia, esto es producido por la inseguridad que existe en los sectores cercanos como la Ermita, San Roque y la Colmena, otra circunstancia que provoca peligro en el sector, es el Albergue "San Juan de Dios" ubicado en la calle Túmbes, edificación que se levantó a pesar de la oposición de los habitantes del barrio. Esta construcción sobrepasa su capacidad de

acogida, ocasionando que los indigentes se acomoden en las cercanías, en expectativa de un espacio y alimento, transmitiendo así una mala representación del barrio. Es importante señalar, que la inseguridad en San Diego aumenta primordialmente porque el barrio no dispone de un puesto de auxilio o una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) (Ortega, 2014).

La proximidad del barrio al Mercado de San Roque, es otra característica desfavorable, ya que afecta abiertamente a San Diego, en este mercado los residuos producidos por los comerciantes generan un mal aroma hacia las calles cercanas, desencadenando considerables inconvenientes de higiene.

Acerca de los datos revelados por el INEC (2010), los barrios del CHQ permanecen con una función de atracción migratoria tanto nacional como extranjera, en el cual un 41% de la población del CHQ vienen de afuera de la provincia de Pichincha. Alrededor del 24.1% de personas que provienen del sector sierra centro, moran en el Eje 24 de Mayo.

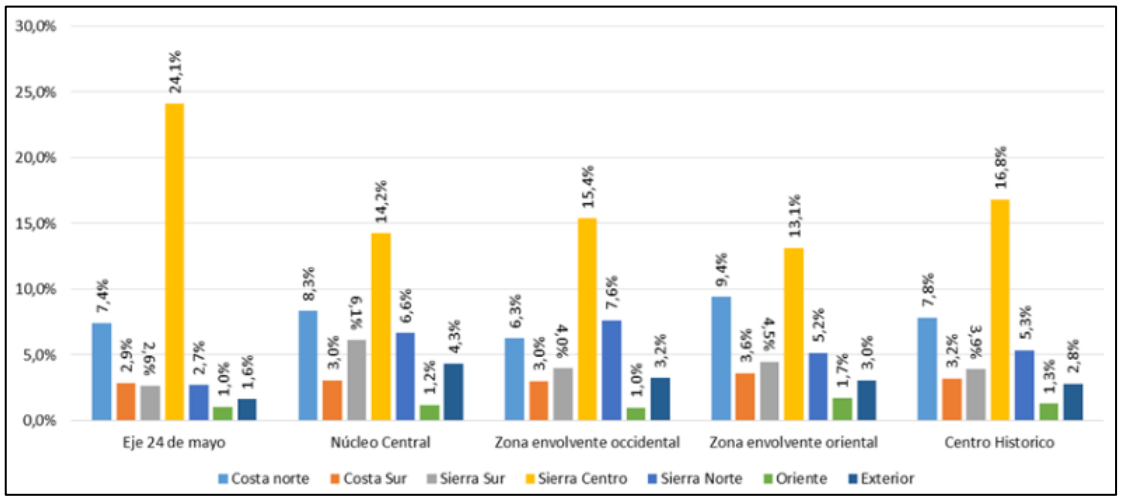


Figura 4: Migración de toda la vida por regiones
Fuente: (Instituto de la Ciudad, 2018)

Con respecto a la migración de extranjeros, según el INEC (2018), en el anterior año se registró el movimiento de 2.427.660 de entradas y 2.252.263 de salidas de extranjeros al país, dando como resultado 4.679.923 de movimientos por parte de extranjeros hacia el Ecuador, en el cual los desplazamientos de los extranjeros fueron más dinámicos que el de los ecuatorianos. Sin embargo, los datos absolutos de migrantes que se reconocieron en el 2015 son 387.513 personas.

A nivel educativo, la única institución educativa que existía era la escuela y colegio "San Antonio de Padua", situada en la parte sur-oeste del Convento Franciscano.

Conjuntamente con la organización del barrio, se alcanzó la construcción de un Centro de Desarrollo Comunitario (CDC), en este sitio se llevan a cabo actividades gratuitas para los ciudadanos, particularmente para los niños, como: bailoterapia, pintura infantil, apoyo escolar, escuela de ajedrez, fotografía, liderazgo y motivación, computación, entre otros. De igual manera se brindan cursos de preparación para los moradores, centrados en asuntos de optimización y resguardo del barrio, estas charlas son realizadas por el ex Fondo de Salvamento (FONSAL), actualmente el Instituto Metropolitano de Patrimonio Cultural de Quito (MIDUVI, 2014).

En las inmediaciones del Barrio San Diego no se encuentran Centros de Salud, ya sean públicos o privados, al que sean capaces de asistir los habitantes en circunstancia de algún percance, por lo cual deben asistir al Centro de Salud N°1 del Centro Histórico (Instituto de la Ciudad, 2018).

2.3.3 Vivienda

La vivienda en el CHQ representa un eje importante para la migración tanto nacional como extranjera, ofreciendo oportunidades de supervivencia en muchos casos a personas de bajos recursos económicos, sin embargo, la despoblación que sufren los barrios del centro histórico, ha hecho actuar a las autoridades con programas de vivienda privada, pero como resultado estas campañas no son eficaces y no producen un impacto importante en los ciudadanos. Otro tema relevante es el estado de la vivienda, que con las cifras del Censo Nacional de Población y Vivienda (2016), más de la mitad de las viviendas del CHQ se hallan en buen estado (54.8%), no obstante, no se puede dejar de lado el porcentaje de viviendas en estado regular (43.7%) y en mal estado (0.6%), en donde la zona más afectada es la del Eje 24 de Mayo, zona donde se ubica el Barrio San Diego. Además, se indica que el 56.5% de viviendas son arrendadas, el 32.3% son viviendas de uso propio y el 1.6% son viviendas destinadas para el uso público o prestadas. Barrios del CHQ como San Roque, Libertad Bajo y San Diego, se localizan poblaciones mayores a 400 hab/ha (densidad poblacional).

El fenómeno de vivienda temporal es un factor que también se presenta en el CHQ, donde 1996 casas (8.5%), son empleadas como hogares temporales, el Eje 24 de Mayo cuenta con un 8.1% de viviendas temporales (Instituto de la Ciudad, 2018).

Según la información proporcionada por el DMQ (2012), se expone que tan solo el 50.1% de las residencias del CHQ, son ocupadas por sus propietarios, esta información no representa que los ciudadanos de los barrios del centro histórico se movilicen a sitios rurales, más bien significa que se da un desplazamiento hacia parroquias en crecimiento (Calderón, Tumbaco y los Chillos).

2.4 Ámbito Cultural

2.4.1 Leyendas

El nombre del barrio proviene del relato de un padre denominado San Diego, cuenta que en las noches el novicio se fugaba de su celda para regocijarse en juegos de azar de uno de los salones aledaños al claustro. Durante una de las noches en que el salió, se dio cuenta que una mujer le estaba persiguiendo, el religioso notó que esa mujer no tenía rostro, era un esqueleto que llevaba puesto un manto negro, el padre reaccionó gritando y corriendo con desespero hasta arribar al salón en donde se desplomó muerto. La dueña del salón en consideración a la estima que le tenía al padre franciscano, concedió un fragmento de sus dominios para la edificación de la iglesia y cementerio de San Diego. A partir de ese momento se le denomina a este barrio con el apelativo de San Diego (Espinosa, 2004).

Padre Almeida

La historia cuenta que Manuel de Almeida Capilla, fue internado a los 17 años de edad en la comunidad franciscana, una decepción amorosa ocasiona que el joven deje su vida de hábitos libidinosos y de pecado. Sin embargo, el aislamiento y rezos no le hicieron rendir ante su impulso juvenil y un día la tentación le hizo abandonar las instalaciones del convento para acudir a juergas nocturnas, utilizando como vía de escape una pequeña ventana que daba a la calle, pero para poder subir a la ventana él se apoyaba en la figura de un Cristo yaciente. Una noche el Cristo Crucificado cansado de las constantes salidas del franciscano, manifestó "¡Hasta cuando Padre Almeida!", el novicio asombrado por lo sucedido, se sirvió de su ingenio respondiéndole "¡Hasta la Vuelta, Señor...!", y prosiguió con su camino. Estos hechos se dieron por varias noches seguidas. Una noche el clérigo regresaba borracho, por las calles de la ciudad, en dirección al convento, cuando observó una escolta fúnebre, le pareció singular una procesión de este tipo a esa hora y se acercó a ver el interior del féretro. Del padre emergió pánico al ver que el cadáver que estaba en

el fondo del ataúd era el mismo, y corrió agobiado hasta el convento. A partir de ese día el Padre Almeida se convirtió en el más fervoroso creyente de los novicios (Meneses, 2012).

María Angula

En el siglo anterior era un crimen ser una madre soltera, esa era la situación que le acontecía a María Angula, quien tuvo que migrar por las malas opiniones de las personas, viajando así desde un pequeño pueblo de la provincia de Cotopaxi, hacia Quito. Ya en la ciudad ella comenzó a trabajar en la calle Chimborazo preparando platillos típicos, su gran habilidad para cocinar le hizo ganar mucho prestigio, atrayendo a muchos clientes, produciendo envidia en otras personas que también vendían comida. Entonces empezó a difundirse rumores de que María Angula, se escabullía a las 2 de la madrugada al cementerio de San Diego para quitarle las vísceras a los difuntos y con eso preparar la comida que vendía. Los rumores dieron resultados ya que nadie acudía a comer en el puesto de María Angula. Los comentarios se intensificaron con el tiempo, debido a que el cuidador del cementerio comenzó a decir que, a la media noche, los fallecidos profanados le pedían a María Angula que les devuelva sus tripas. Toda la mala fama que se ganó no le permitían pagar ni el arriendo de su casa. Otra vez tuvo que migrar, pero esta vez no tan lejos, ahora se mudó al Barrio San Juan y laboraba en el Quinche, en donde toda su mala fama se desvaneció (Taques *et al*, 2012).

2.4.2 Festividades

Este barrio tiene un apego especial por los elementos religiosos, esta energía nace con la formación de la Recolección Franciscana, así nacieron varias fiestas en el barrio con designaciones religiosas.

Fiestas de San Diego

Esta celebración se lleva a cabo en honra al padre San Diego, Patrono de la Recolección Franciscana, esta fiesta se realiza desde el año 1985, fecha en la que fundó la parroquia de San Diego (Zandumbilde, 2012).

Carnaval

El carnaval en San Diego es una tradición que persiste hasta la actualidad, conforme a los relatos de los vecinos, en las calles del barrio esta festividad se distinguía por la presencia de muchos ciudadanos guarandeños, esparciendo su alegría hacia todo el barrio.

Día de los difuntos

Cada 2 de noviembre se conmemora el día de los difuntos, y ese día los cementerios cobran vida con la asistencia de familias que pretenden visitar a sus difuntos. El cementerio de San Diego, es uno de los más reconocidos. Miles de personas acuden al cementerio para venerar a sus seres queridos, llevándoles arreglos florales y velas a manera de honrar a los individuos que ya no están con ellos. Al salir del cementerio, a lo largo de la calle Imbabura, se puede encontrar múltiples lugares que ofrecen gastronomía nacional. Es admirable la cifra de personas que se desplazan hacia el cementerio de San Diego, por lo que se puede decir que el día de los difuntos es uno de los más importantes para este barrio, ya que dinamiza la economía y reaviva el movimiento de transeúntes (IPANC, 2006).

2.5 Atractivos turísticos

Museo y Convento de San Diego

Este sitio histórico del Barrio San Diego, está constituido por la iglesia, el convento, un huerto y un museo, a través de los años en este atractivo se han realizado varias intervenciones para conservar los bienes patrimoniales que en su mayoría se encuentran en el museo e iglesia (Del Pilar, 2013).



Figura 5: Vista desde la plaza de San Diego
Fuente: (Vinueza, 2019)

El Cementerio de San Diego de la Sociedad Funeraria Nacional

Una vez construido el Cementerio del Tejar, tuvo un enorme éxito, que provocó en las órdenes religiosas imitar de alguna forma un campo santo, cabe recalcar que en el siglo XIX muchas instituciones religiosas conformaban las operaciones del Estado, gobernando así municipios y ciudadanos particulares, mediante conexiones personalizadas (Zandumbilde, 2012).

Pese a que operó durante muchas décadas, este campo santo ya no conserva una conexión con el Convento de San Diego, debido a que se contempló que la gestión del cementerio distanciaba a los padres franciscanos de su tendencia asociada a la pobreza y servicio a Dios.

La construcción del Cementerio de San Diego es un acontecimiento crucial en la creación de un entorno funerario profesional en Quito. Aunque en un principio estuvo asociado a la orden dominicana y franciscana, la institución del cementerio no solo origina la primera entidad privada de dirección de la muerte en la ciudad, de igual forma

provoca una revolución en el Quito colonial encaminándolo a la gestión de las defunciones en la contemporaneidad (Espinosa, 2004).

> La panificación del camposanto estuvo a cargo de los arquitectos Juan Pablo Sanz y Thomas Reed. La apertura al público y la bendición del cementerio fue el 21 de abril de 1871. Es así que desde 1872 la ciudad contó con un espacio de inhumación general, pero no público al menos en sus inicios ya que se le constituyó, principalmente para uso de los socios de la hermandad Funeraria Dominicana. En 1888 la Hermandad se desvincula totalmente de la orden de Santo Domingo y desde 1907 pasa a constituir la Sociedad Funeraria Nacional, institución que hasta el día de hoy está a cargo del Cementerio de San Diego (Zandumbilde, 2012).

En el barrio se observa unas grandes paredes de color blanco que ocupan una manzana entera, donde se localizan las tumbas, mausoleos y nichos, que contienen historias que han delineado cientos de años. La mayoría de los mausoleos que se encuentran en el cementerio ostentan estilos clásico, neoclásico, neogótico, barroco, neobarroco y ecléctico. Y en sus jardines se encuentran tumbas de personajes sobresalientes como expresidentes de nuestra República e individuos de la vida social publica de nuestro país (Chancosa, 2013).

2.6 Situación actual de San Diego

El Barrio San Diego, es caracterizado por su gran relevancia cultural e histórica, representada en una historia que comprende alrededor de 500 años de vida, que con el paso de los años se ha transformado, pero en el resaltan las edificaciones más significativas que han sobrevivido a los diferentes periodos del tiempo.

En la actualidad San Diego permanece con la estructura urbanística del Siglo XX (desde la construcción de los túneles), y hasta el día de hoy, no se han llevado a cabo avances notables para este lugar y sus habitantes, en consecuencia, el barrio se encuentra apartado del Centro Histórico, pese a los ofrecimientos de las sucesivas administraciones del Municipio de Quito.

San Diego es un sector conformado por una plazoleta, rodeada por una recoleta asentada a finales del siglo XVI, un cementerio fundado en 1868 y diversas edificaciones y casas con alto valor histórico, que fueron construidas en la primera fracción del siglo XX, estos domicilios han sido y son empleadas para el comercio y la vivienda (Carrión *et al*, 1990).

Muchas de las estructuras arquitectónicas de San Diego exhiben un alto grado de deterioro, ya sea por ausencia de mantenimiento o por la alteración urbana procedente de la edificación del viaducto de la Av. Occidental realizada por las autoridades municipales a mediados de la década de los 70´s, esta vía cruza al Barrio San Diego, quebrando y modificando el tejido arquitectónico (Vega, 2013).

Según los datos de la Secretaría de Ordenamiento Territorial y Planificación (2014), este barrio cuenta con todos los servicios básicos, el 99.2% de las residencias cuentan con agua potable, un 98.8% disponen de energía eléctrica, un 44, 3% tienen servicio telefónico, y el 98.9% de las casas cuentan con alcantarillado. En el tema de recolección de basura el barrio labora conjuntamente con la Empresa Pública Metropolitana de Quito, con consecuencias positivas, para la conservación de la plaza San Diego y las calles del lugar.

Es relevante señalar que, con el paso del tiempo, muchos residentes del sector se han desplazado hacia otros sitios de la ciudad, vendiendo y alquilando sus bienes, ocasionando daños en la mayoría de edificios coloniales.

2.6.1 Proyectos intervenidos

El desgaste que se evidencia en los bienes patrimoniales del Barrio San Diego, expone una negativa para el turismo en este sector, no obstante, las autoridades toman acciones para realizar proyectos de recuperación de infraestructura y edificaciones del lugar. Por consiguiente, es importante detallar varios de los proyectos impulsados para el desarrollo de los espacios públicos en este barrio (MIDUVI, 2014).

Conservación y restauración de bienes patrimoniales en el museo, iglesia y convento (2004-2006)

Se repararon fragmentos de la iglesia y convento que se encontraban en malas condiciones. En la capilla Chiquinquirá se desmanteló el retablo principal que estaba corroído, se quitaron repintes contemporáneos de varias pinturas y se recuperaron fracciones policromadas y doradas para restaurar a los cuadros como eran en un principio. Se quitaron las cubiertas de cal sobrepuestas en los muros, en los cuales se encontraron imágenes murales del siglo XVII. Adicionalmente se intervinieron marcos tallados, bancas, sillones, baúles y diferentes mobiliarios que carecían de pintura (MIDUVI, 2014).

Dotación de equipamiento comunitario y corrección del existente (2007)

Se edificó un inmueble en el sur de la plazoleta de San Diego, que en la actualidad es empleada como el Centro Administrativo y de Servicios. Se construyó un centro comercial, en donde se ubicó a los comerciantes de flores, lápidas y artesanías. Se fundó un centro deportivo en el lado norte de la plazoleta de San Diego. Además, se proveyó de espacios para parqueaderos públicos (MIDUVI, 2014).

Rehabilitación de Inmuebles Municipales para Vivienda (2014-2019)

Una de las propuestas estratégicas que se planteó el Instituto Metropolitano de Patrimonio (2019), fue el brindar unidades de vivienda para la renta por medio de la recuperación de edificaciones patrimoniales. Si los inmuebles no se pueden alquilar, serán utilizados por el Municipio de Quito. Dos de las 21 edificaciones se encuentra en el barrio San Diego (en el siguiente mapa las viviendas recuperadas están representadas por los puntos 1 y 10).

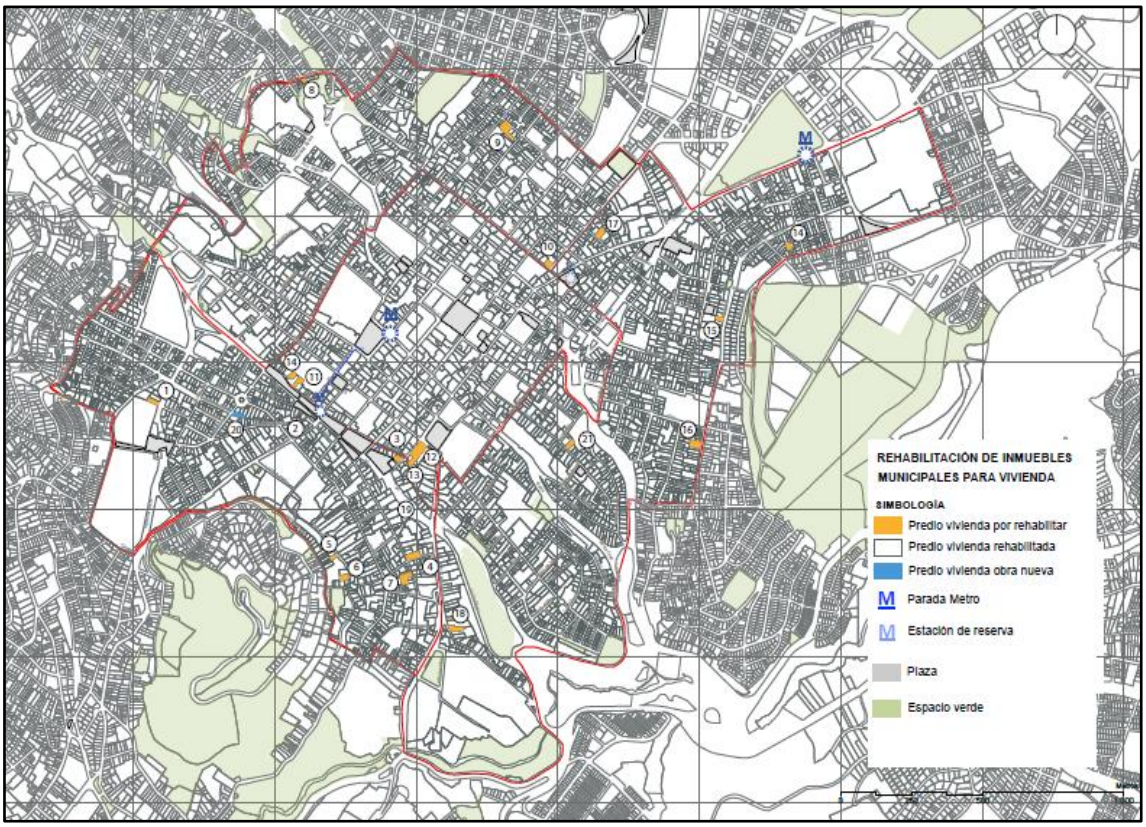


Figura 6: Mapa de rehabilitación de inmuebles municipales para vivienda
Fuente: (Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2019)

Rehabilitación de Espacios Públicos Barriales Recreacionales (2014-2019)

Se planteó el recuperar espacios públicos desgastados, descuidados e inseguros, con el fin de la utilización y entretenimiento de la sociedad, con preferencia de uso para los infantes, concediendo equipamiento recreacional y deportivo a 19 puntos del CHQ. En la calle Chimborazo en el Barrio San Diego se recuperó un área de 483 metros cuadrados (en el siguiente mapa, el punto recuperado es representado por él punto 14) (Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2019).

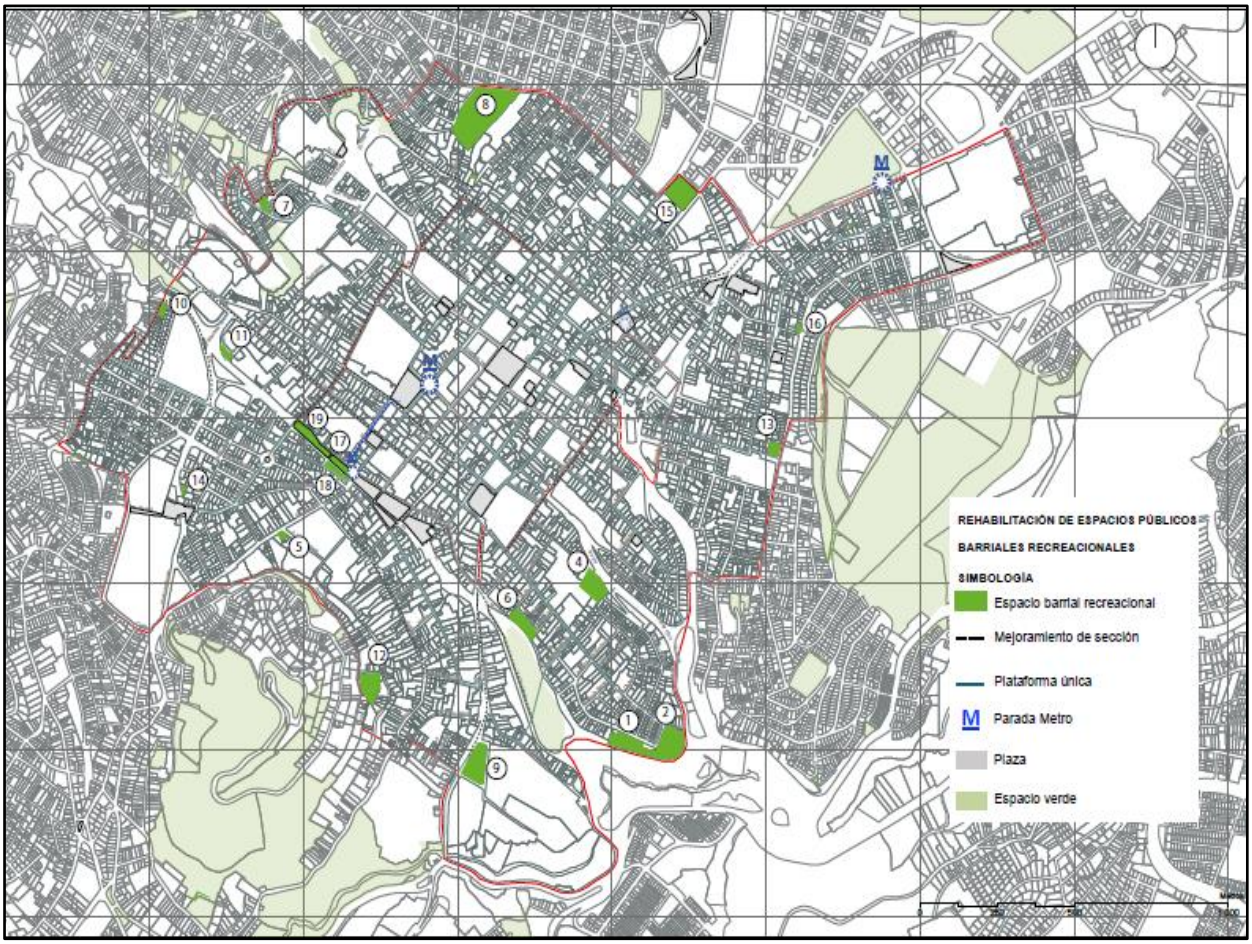


Figura 7: Mapa de rehabilitación de espacios públicos barriales recreacionales
Fuente: (Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2019)

2.6.2 Actividad Turística

En la actualidad el Barrio San Diego dispone de una abundante riqueza patrimonial histórica, urbanística y arquitectónica, que no ha sido gestionada adecuadamente en el ámbito turístico, por factores internos y externos.

En este barrio las actividades turísticas son escasas, puesto que no posee una apropiada infraestructura para recibir turistas, el poco flujo de visitantes se les asignan a los recorridos que se llevan a cabo en el cementerio e iglesia, estas visitas son planificadas por empresas como Quito Eterno y Quito Post Mortem, que realizan recorridos teatralizados y visitas al museo de la iglesia con estudiantes de escuelas, colegios y pocos turistas nacionales e internacionales (Quito Turismo, 2015).

Los Centros de Información Turística del CHQ no disponen de una apropiada información con respecto a San Diego, a esto se le añade la carencia de señalización turística en el sector, desfavoreciendo al turismo. Para la mayoría de ciudadanos el Barrio San Diego es contemplado como un lugar de elevado peligro delincuencial, llevando a muchos guías de turismo a sugerir tener mucha desconfianza con sus pertenencias, produciendo una mala imagen al turista.

Las labores que realizan los organismos públicos como Quito Turismo, en barrios apartados del núcleo del centro histórico o zonas de amortiguamiento, son labores protocolares y de registro turístico, más no son acciones especializadas que atienden a las necesidades de las distintas realidades de cada barrio (Paz, 2015).

En definitiva, San Diego es un barrio que dispone de abundante historia que data de periodos preincaicos y ha transitado por el tiempo hasta la actualidad, en donde se han dado hitos históricos relevantes para el barrio y para la ciudad, además de contar con atractivos turísticos interesantes, que no han sido promocionados ni gestionados, a estos factores se les suma el componente cultural que presenta festividades, narraciones y leyendas llamativas, y en cuanto al factor social se destacan situaciones como migraciones, deterioro de infraestructura, disminución de la población, entre otros. Todos elementos conforman al Barrio San Diego, no obstante, a esta investigación se le debe incorporar información detallada del entendimiento del individuo, en donde se identifique la aptitud, capacidad y voluntad de los ciudadanos para incorporación a posibles proyectos turísticos, por ello es necesario realizar una ejecución de trabajo de campo a fin de obtener mayor información del barrio.

3. CAPITULO III: ANÁLISIS CUANTITATIVO Y RESULTADOS

En esta sección se ejecutaron distintas actividades para levantar información (encuestas, entrevistas, grupo focal, observación participante y matriz FODA), a fin de plantear soluciones y alternativas para la recuperación de espacios públicos por medio del uso turístico.

3.1 Ejecución del trabajo de campo

3.1.1 Encuestas

Edad

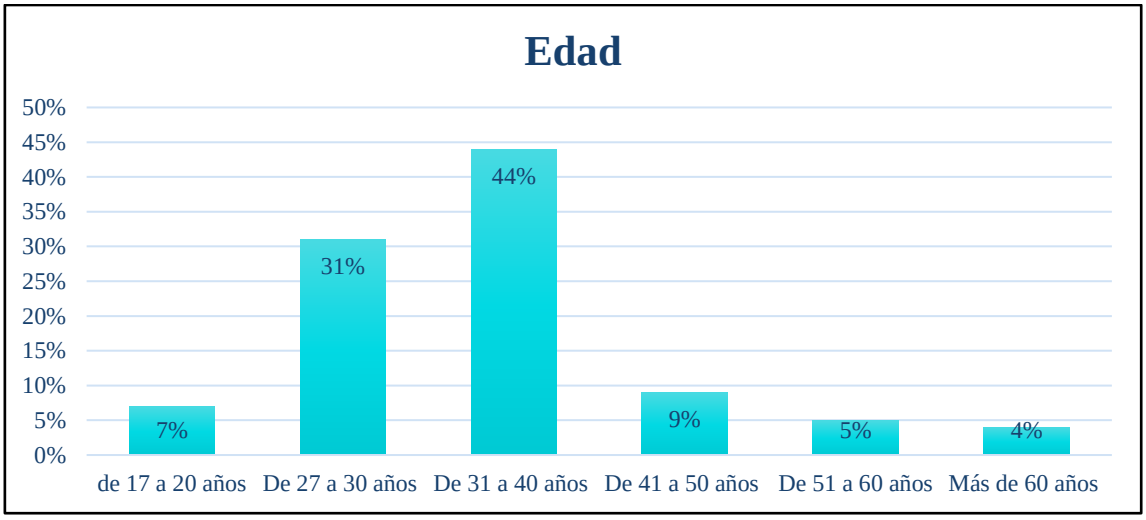


Figura 8: Edad de la muestra
Fuente: Elaboración propia

El rango promedio de edad es de personas con unos 35 años, que representan al rango de edad de 31 a 40 años con un 44% de toda la muestra. En total el 89%, de los encuestados representan a la PEA del barrio, que corresponden al rango de edad de 21 a 60 años.

Género

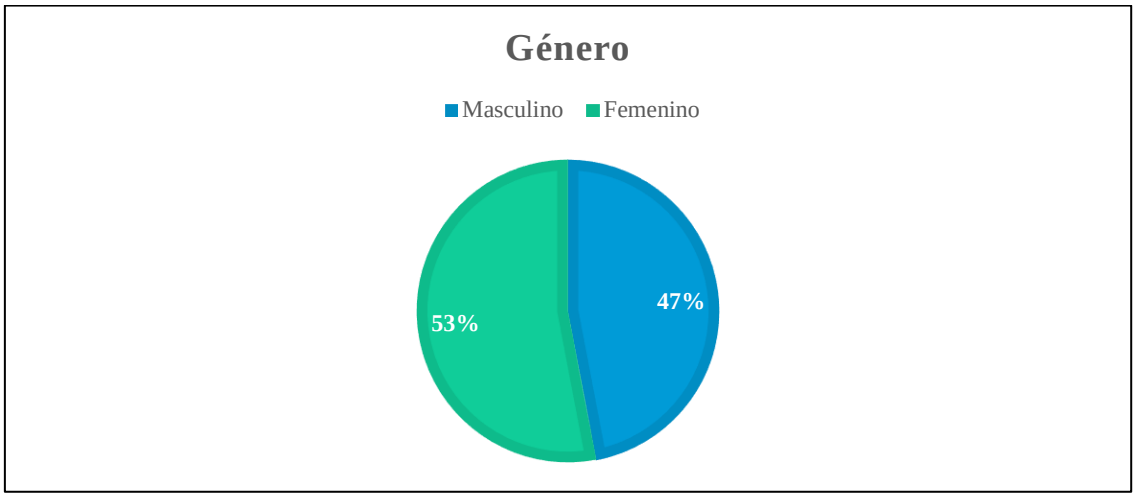


Figura 9: Género de la muestra
Fuente: Elaboración propia

Al interpretar los datos, se puede observar que ni el género masculino, ni femenino tiene predominancia en la muestra y están separados solo por un 6%.

Ocupación

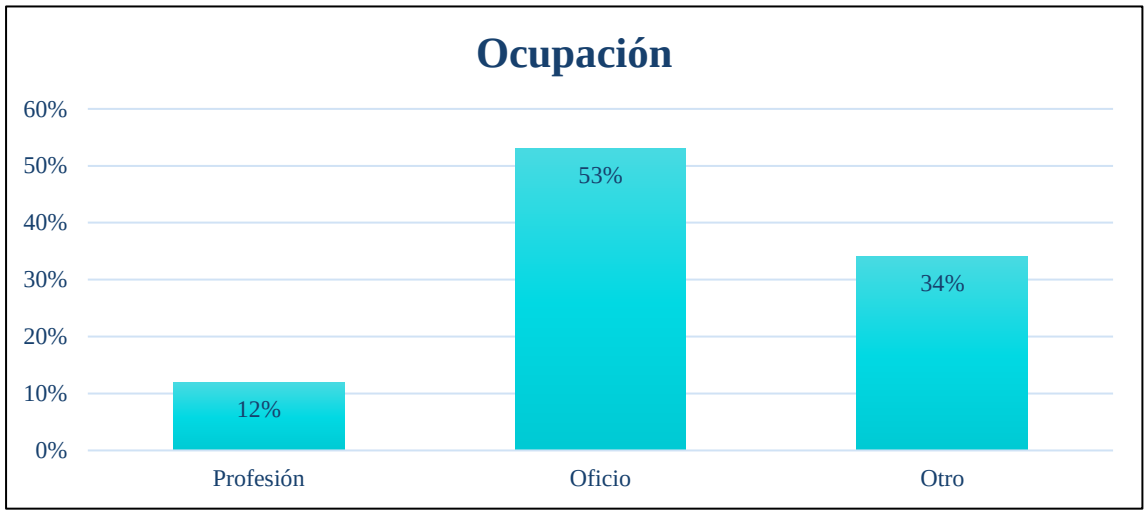


Figura 10: Ocupación de la muestra
Fuente: Elaboración propia

Más de la mitad de la muestra (53%), tiene o cuenta con un oficio, esto se debe a que en el barrio existen diferentes locales comerciales, como son bodegas, tiendas de abarrotes, ferreterías, papelerías, panaderías, restaurantes y los locales comerciales relacionados al cementerio como son los vendedores de flores y lapideros.

En la casilla otros se refieren a las personas desempleadas, jubiladas, estudiantes y más de casas que serán detallados en el siguiente cuadro.

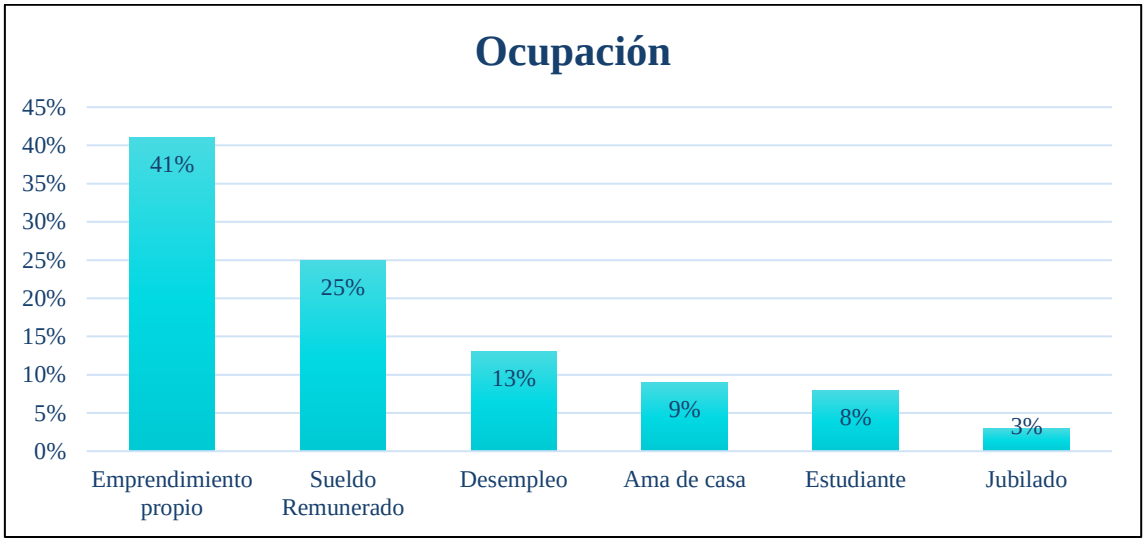


Figura 11: Ocupaciones y oficios de la muestra
Fuente: Elaboración propia

Los numerosos locales comerciales en el barrio explican el 41% de personas que tienen un emprendimiento propio. En total el 66% de encuestados cuenta con empleo ya sea remunerado o por emprendimiento propio, lo que resulta positivo para el barrio ya que tan solo el 13% de personas no tiene un empleo. También hay un número importante de amas de casa y estudiantes, que pudieran ser parte de la PEA del barrio.

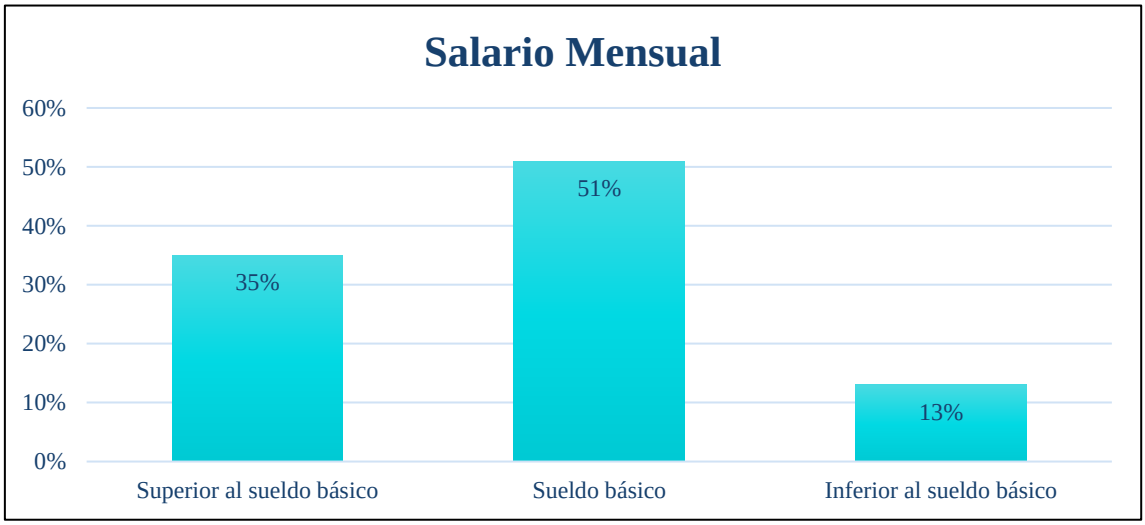


Figura 12: Salario mensual de la muestra
Fuente: Elaboración propia

De las 217 personas que cuentan con una actividad laboral, más de la mitad gana el sueldo básico (51%), esto puede ser interpretado de manera que los emprendimientos (locales comerciales) en el sector, no reciben demasiada demanda por parte de los comensales, ya que el Barrio San Diego no es un barrio comercial.

Nivel de estudios

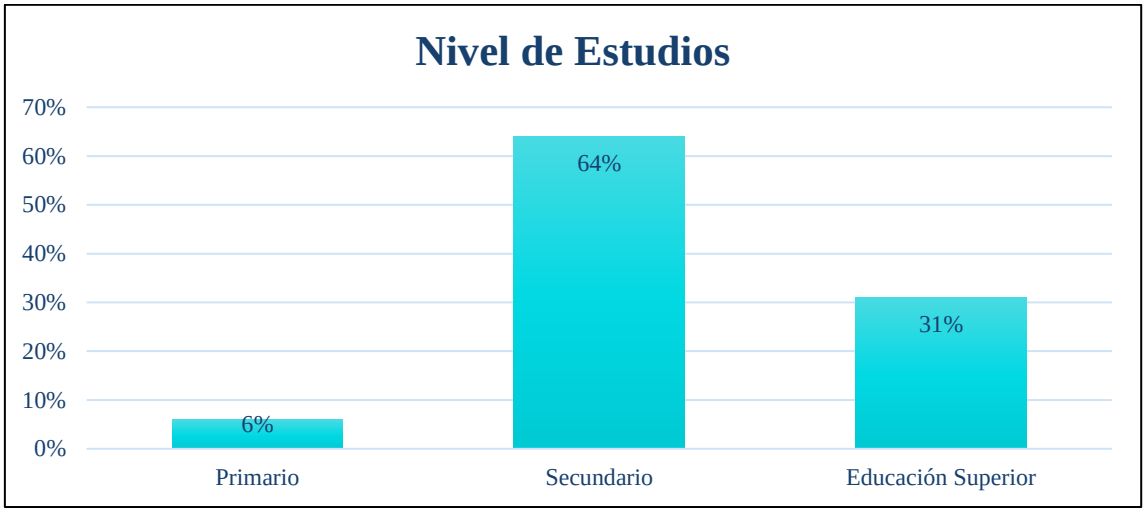


Figura 13: Nivel de estudios de la muestra
Fuente: Elaboración propia

En el nivel de estudios más de la mitad de la muestra tiene estudios secundarios (64%), una hipótesis es que en el barrio ni en sectores aledaños no se encuentra ninguna universidad o institutos superiores.

¿Cuánto tiempo lleva viviendo en San Diego?

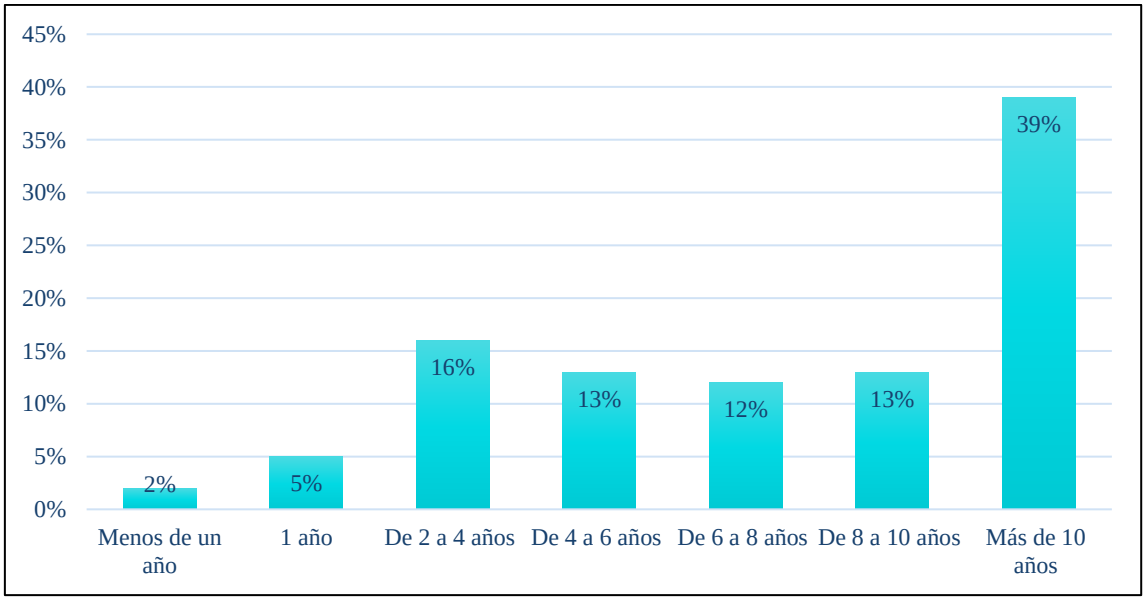


Figura 14: Permanencia de la muestra en San Diego
Fuente: Elaboración propia

Los resultados demuestran que muchos encuestados ya llevan una larga trayectoria viviendo en el barrio San Diego, ya que el 52% habita ahí entre 8 y más de 10 años, esta cifra es positiva si se toma en cuenta el despoblamiento que están sufriendo todos los barrios del CHQ. Los resultados también revelaron que solo un 7% lleva viviendo en San Diego por menos de un año o por un año, esto significa que muy pocas son los vecinos nuevos que se están mudando a San Diego, consecuencia también de la despoblación barrial.

1.- ¿Cree usted que el Barrio San Diego tiene potencialidad turística?

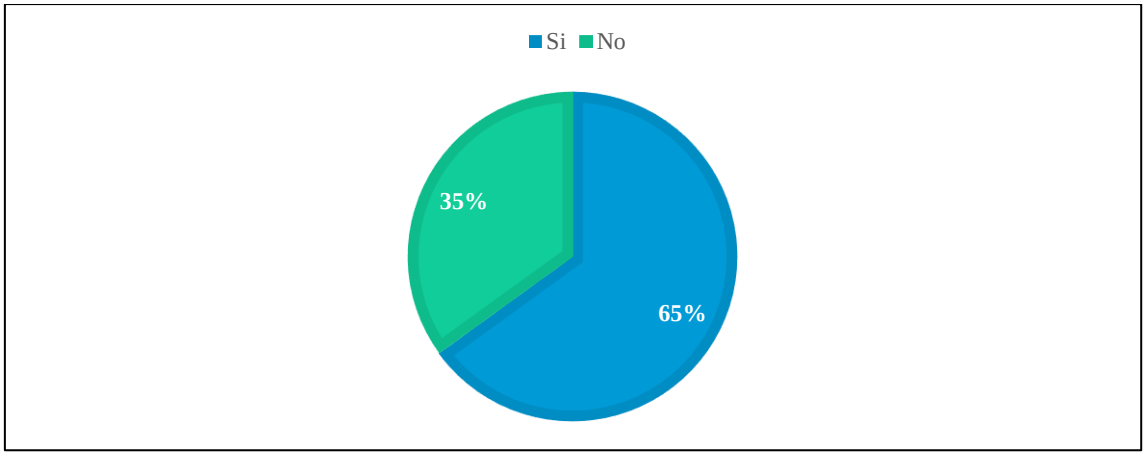


Figura 15: Percepción de potencialidad de la muestra
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los encuestados reconocen a San Diego como un posible lugar para el turismo, ya que cuenta con varios atractivos como el cementerio y el convento, además se reconoce que San Diego tiene cercanía a otros sectores importantes (el Panecillo, la cima de La Libertad, entre otros), otras personas contestaron que este barrio es histórico y allí nacieron varias leyendas importantes e icónicas de Quito, en adición varias personas consideran al barrio un lugar cultural. En general el 65% de la muestra tiene conocimiento y la importancia del barrio, conocen que tiene una enorme riqueza patrimonial y una óptima posición territorial, lo que brinda potencialidad turística al sector.

Por otro lado, el 35% de encuestados no consideran al barrio un buen lugar para realizar turismo, debido a diferentes condiciones: pobreza, insalubridad, falta de servicios turísticos, pero el principal problema que se reconoció es la delincuencia, factor por el cual no se realizaría turismo en el sector de manera eficaz. Otro problema que percibieron las personas, es que san Diego se encuentra muy alejado de la oferta turística del CHQ,

esto representa que hay una división de opiniones en cuanto a la posición del barrio en la cual unos opinan que la ubicación es oportuna y otros opinan que está muy lejos del núcleo del Centro Histórico.

2.- ¿Ha participado previamente ofreciendo servicios turísticos?

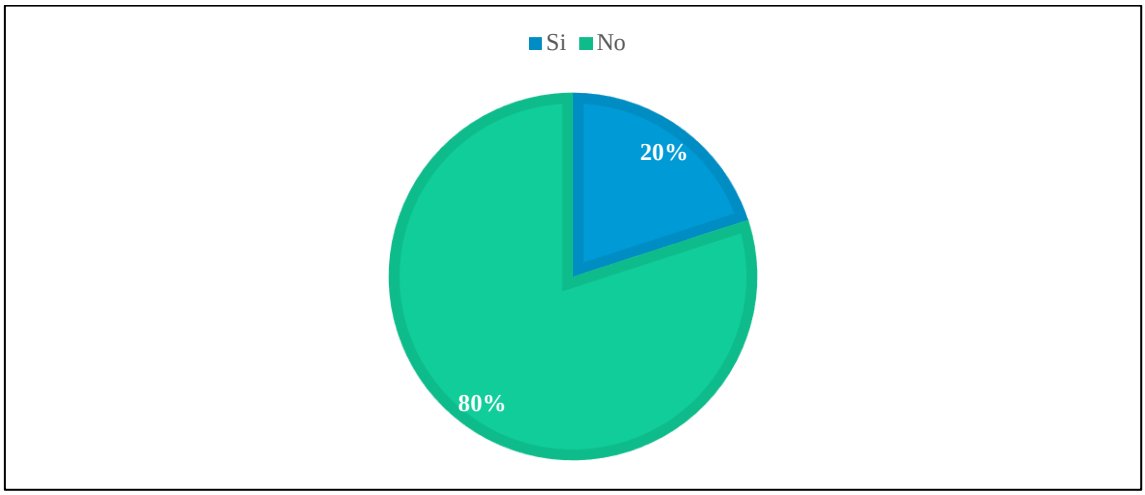


Figura 16: Empleos previos en servicios de turismo
Fuente: Elaboración propia

Del 100% de los encuestados, tan solo el 20%, representado en 66 personas, han trabajado o trabajan prestando servicios turísticos. El 80% de la muestra no ha tenido relación con un turista ofreciéndole servicios turísticos. Esto representa que la mayoría de personas que trabajan y viven en San Diego se dedican a otras actividades laborales diferentes al turismo.

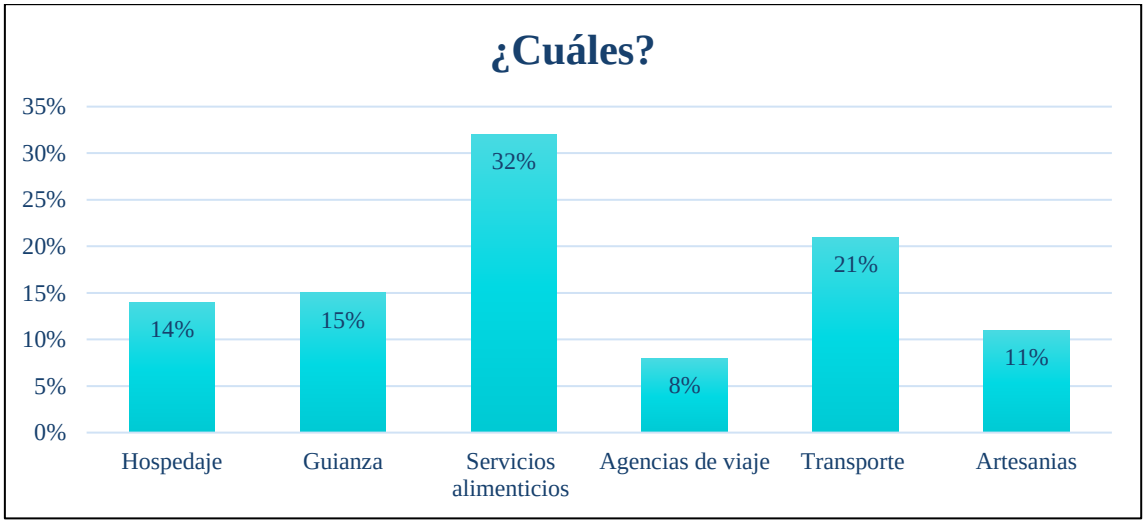


Figura 17: ¿Cuál fue el empleo previo en servicios de turismo?
Fuente: Elaboración propia

Del 100% de las personas que han ofrecido servicios turísticos, un porcentaje importante es el que representa a los servicios de restauración (32%), seguidos por los servicios de guianza (15%), mas no se encuentra una tendencia marcada en los servicios en los que han trabajado las personas de San Diego. Cabe mencionar que las personas que ya han ofrecido servicios turísticos, no necesariamente han realizado estas actividades en el Barrio San Diego, el ejemplo claro de esto son las personas que han trabajado en agencias de viaje, ellos no pudieron haber trabajado en San Diego ya que en el sector no se encuentra ninguna agencia de viajes.

3.- ¿Estaría dispuesto a ofrecer servicios turísticos en el Barrio San Diego?

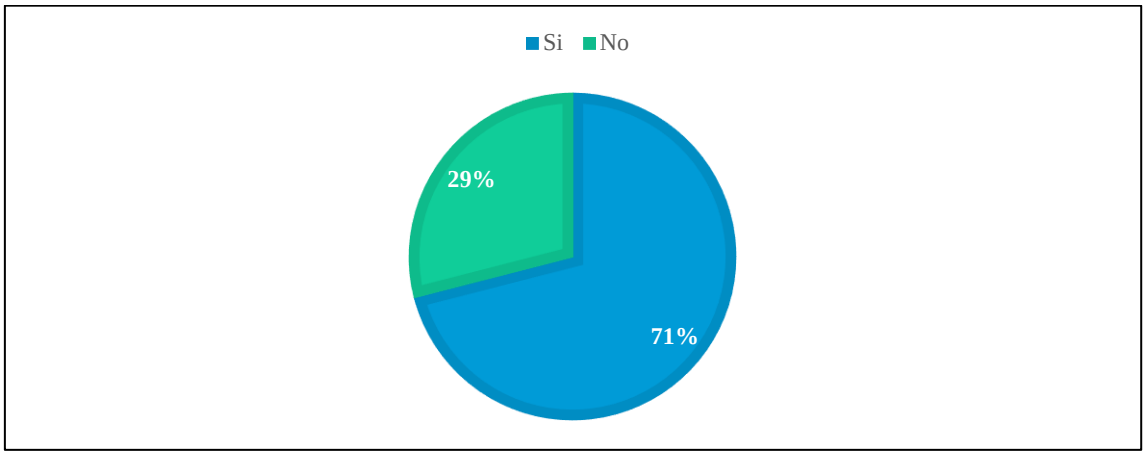


Figura 18: Disposición a ofrecer servicios de turismo
Fuente: Elaboración propia

Una cifra importante de personas (71%), encuentra la posibilidad de trabajar ofreciendo turismo como algo positivo, hay que recordar que una cifra importante de la muestra no cuenta con una actividad laboral definida, y las personas que cuentan con una actividad laboral en su mayoría gana el sueldo básico o inferior al sueldo básico, estas razones servirían de estímulo para que las personas estén dispuestas a ofrecer servicios turísticos en el sector.

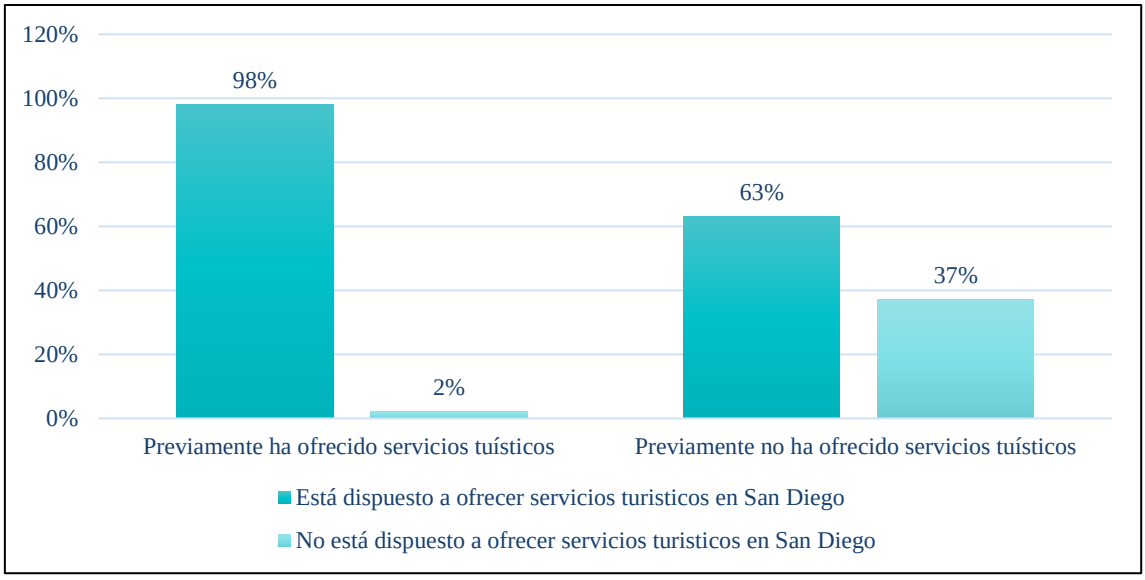


Figura 19: Disposición a brindar servicios de turismo y empleos previos en turismo
Fuente: Elaboración propia

De las 66 personas que previamente habían laborado en turismo tan solo el 2% contestó que no estaría dispuesta a ofrecer servicios de turismo en San Diego, el 98% de personas que ya han trabajado en turismo, no contemplan razones por las que no laborarían brindando servicios de turismo en San Diego, lo que brinda una ventaja al barrio, el tener personas residentes que conozcan de servicios turísticos y que están dispuestos a trabajar en San Diego. Cabe recalcar que existe un número importante de personas (37%), que no han ofrecido previamente servicios de turismo y tampoco quisieran ofrecerlo en San Diego.

4.- ¿Qué tipo de servicio turístico podría ofrecer?

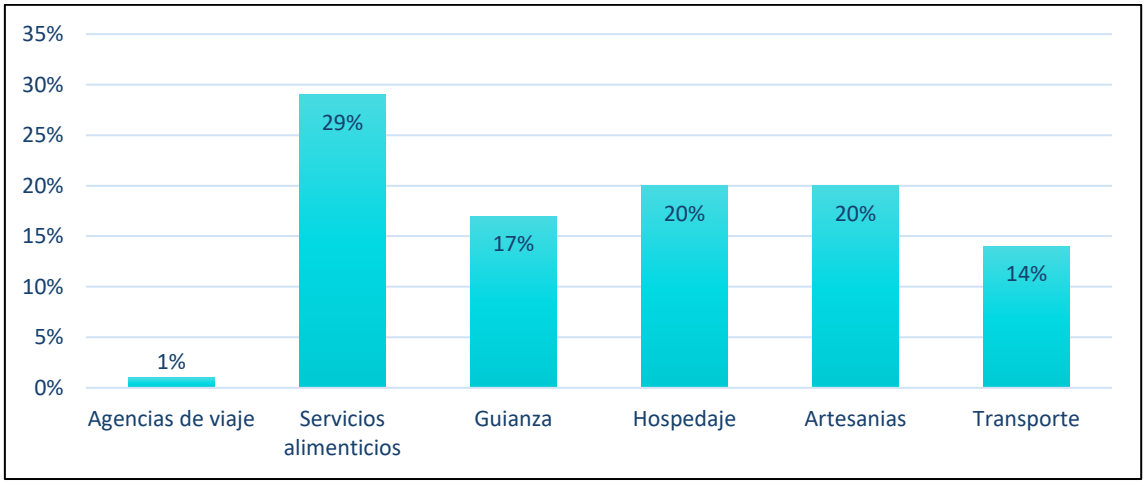


Figura 20: ¿Qué servicio turístico podría ofrecer?
Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta se puede ver que no existe una tendencia marcada por ninguna actividad turística, a los encuestados les gustaría ofrecer todo tipo de actividad, esto diversificaría una posible oferta turística en el futuro.

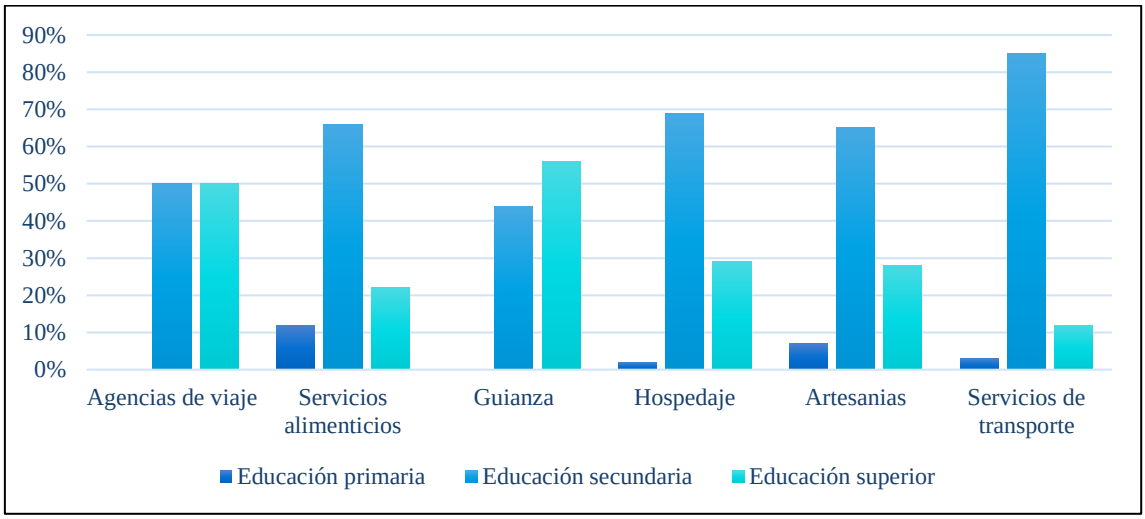


Figura 21: Servicio turístico que podría ofrecer y nivel de estudios de la muestra
Fuente: Elaboración propia

Según el nivel de estudio de los encuestados y los servicios que podrían ofrecer, las personas con estudios secundarios sobresalen en actividades como transporte (85%), artesanías (65%), hospedaje (69%) y servicios alimenticios (66%), en cambio en actividades como guianza (56%) y agencias de viaje (50%), son dominadas por las personas con estudios superiores, posiblemente porque para esas actividades se necesita una formación académica mayor.

5.- ¿Por qué razones estaría dispuesto brindar servicios turísticos?

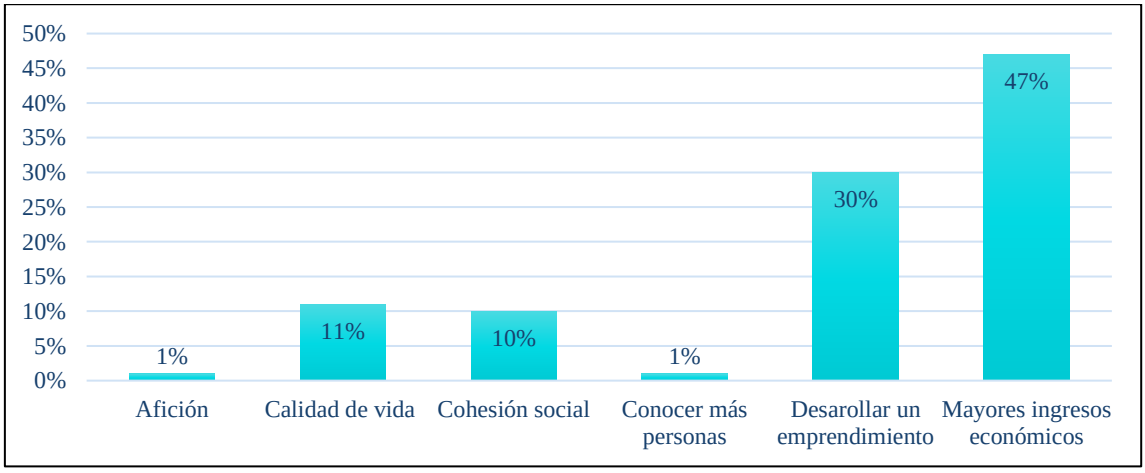


Figura 22: Razones por las que brindaría servicios de turismo
Fuente: Elaboración propia

El 47% está inclinado a brindar servicios turísticos por la razón de obtener mayores ingresos económicos, considerando que la mayoría de encuestados gana un sueldo básico o inferior al sueldo básico, las personas contemplarían al turismo como una fuente de ingresos económicos extra a su salario mensual.

La opción de desarrollar un emprendimiento propio tuvo un 30% de aceptación de los encuestados, en donde es visible que a los habitantes de San Diego no les agrada la idea de tener un jefe, puesto que prefieren tener un negocio propio.

Las alternativas de carácter social, tuvieron poca recepción por parte de los encuestados, estas opciones son importantes porque relacionan a las personas y las dificultades barriales, sin embargo, existen preferencias de carácter económico para ofrecer servicios turísticos.

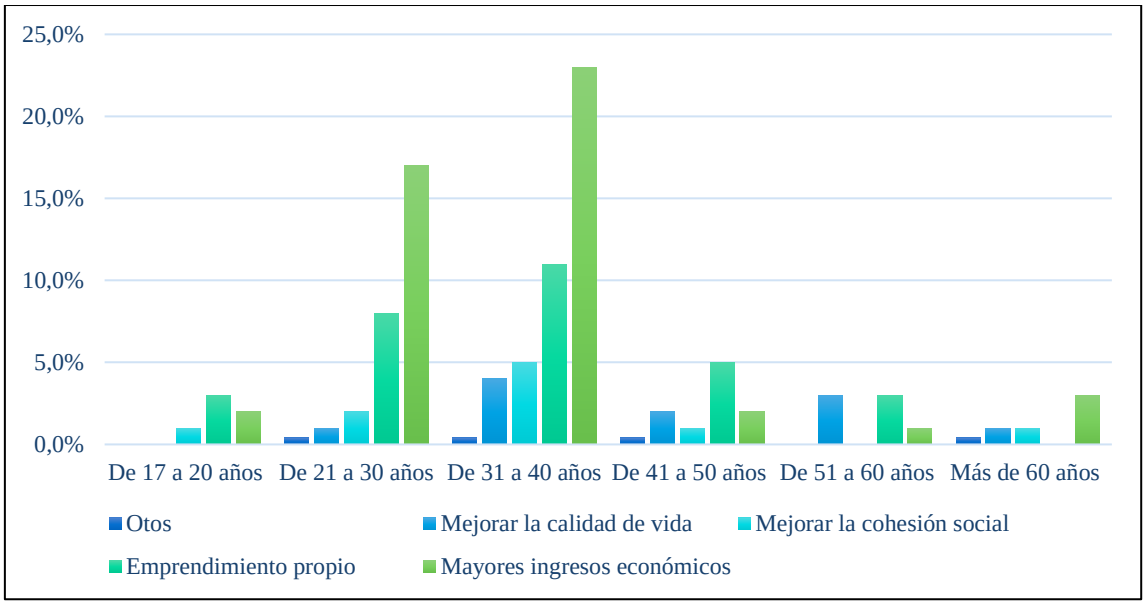


Figura 23: Razones por las que brindaría servicios de turismo y edad de la muestra
Fuente: Elaboración propia

En la mayoría de rangos de edad se observa que hay una preferencia de opinión por obtener mayores ingresos económicos ofreciendo servicios turísticos, especialmente en personas jóvenes (17%) y de edad media (23%), mientras que en los siguientes rangos se da opiniones más variadas, en donde se equilibran razones como tener un emprendimiento propio y las razones de tipo social, probablemente al alcanzar edades mayores se abandona el bienestar personal y se empieza a pensar en el porvenir colectivo.

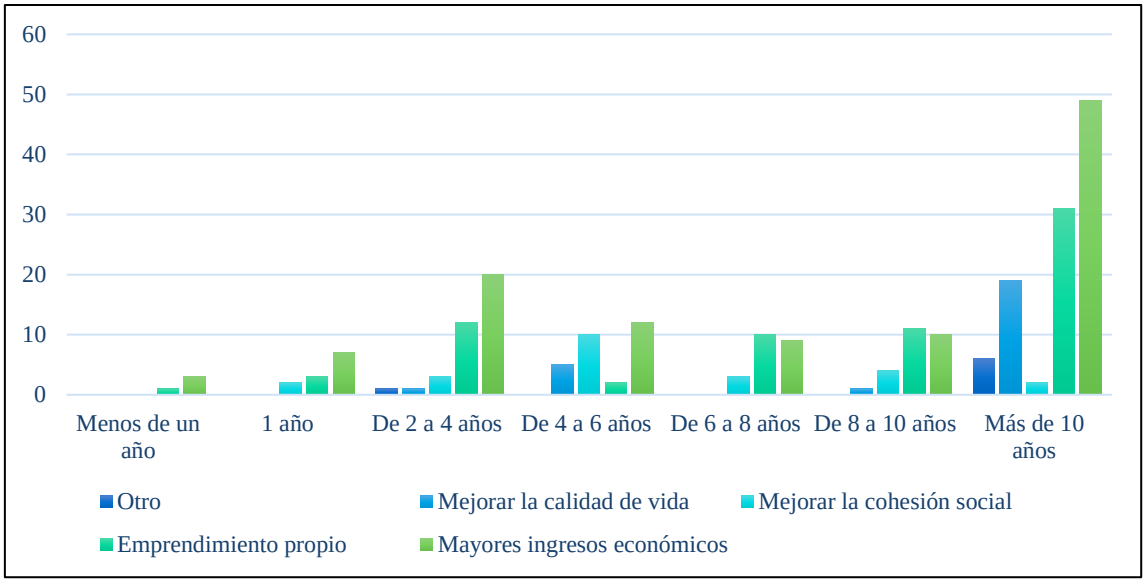


Figura 24: Razones por las que brindaría servicios de turismo y permanencia de la muestra en San Diego
Fuente: Elaboración propia

Con el cruce de variables de: tiempo que lleva viviendo en San Diego y la razón por la que ofrecería actividades turísticas, se contempla que, el obtener mayores ingresos económicos tiene mayor importancia que otras variables para los encuestados sin implicar cuanto tiempo han vivido en el barrio. Un factor importante a considerar es que mientras las personas llevan más tiempo viviendo en el barrio, prefieren elegir variables que favorecen a la comunidad (mejorar la cohesión social en el barrio y mejorar la calidad de vida en el barrio), probablemente, porque en el tiempo que han habitado San Diego han percibido mejor los problemas que existen en el sector.

6.- ¿Cuánto tiempo al día estaría dispuesto a dedicarle al servicio turístico?

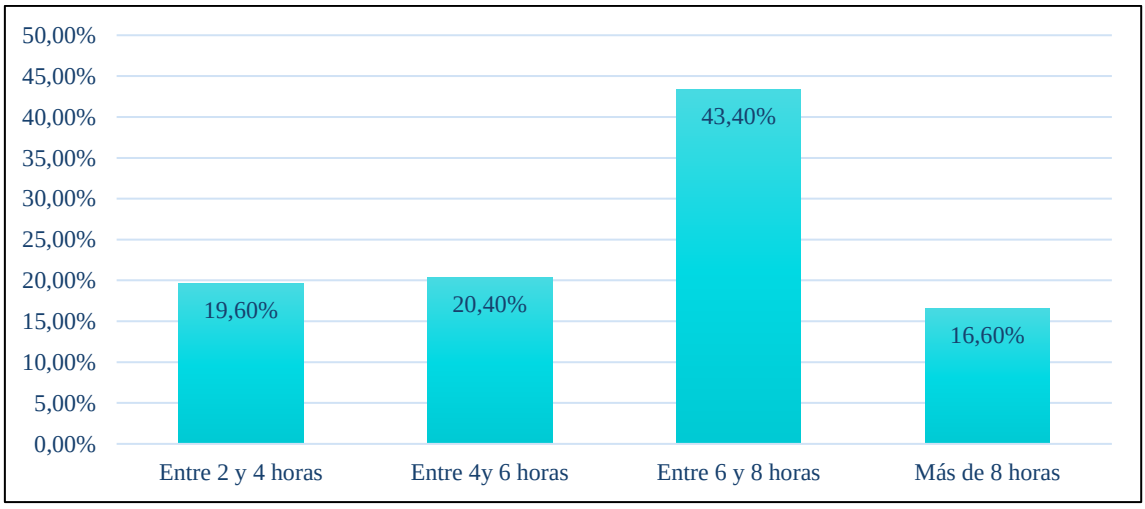


Figura 25: Horas al día que le dedicaría a brindar servicios turísticos
Fuente: Elaboración propia

En esta interrogante más de la mitad de los encuestados (60%), contestaron que pretenderían dedicarle entre 6 y 8 horas o más de 8 horas al día al brindar servicios turísticos, esta porción de la muestra no ve al servicio de actividades turística como un trabajo complementario, si no que reconocen a las actividades turísticas como un empleo fijo. Mientras que el 40% restante de la muestra le dedicarían de 2 a 6 horas al día al turismo, para estas personas el brindar servicios turísticos es una actividad complementaria a sus actividades laborales.

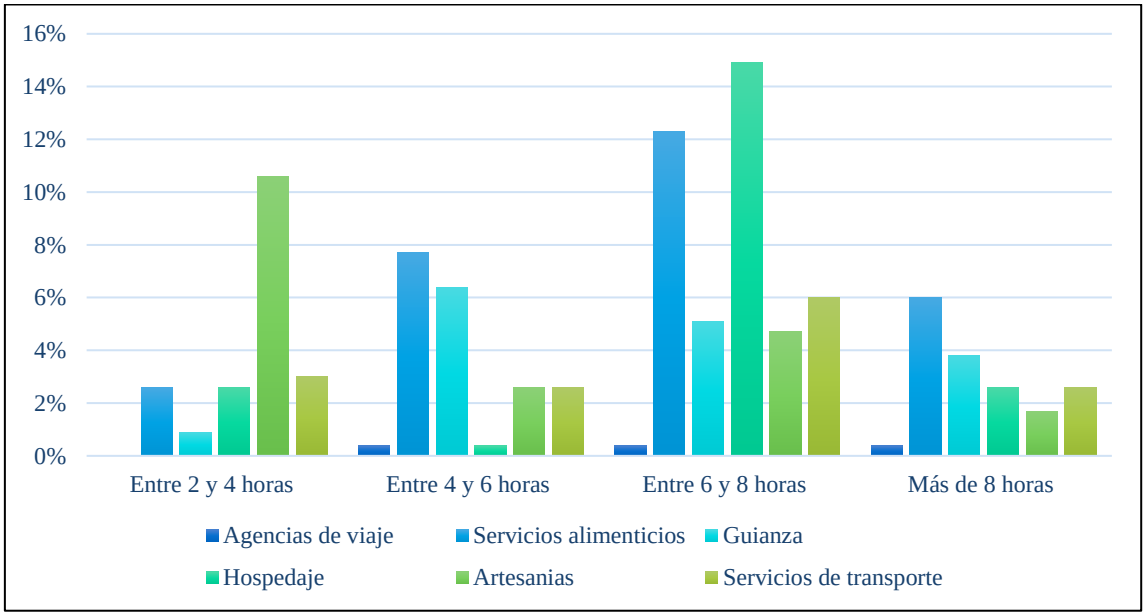


Figura 26: Horas al día que le dedicaría a brindar servicios turísticos y que tipo de servicio podría ofrecer
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la información obtenida, al cruzar las interrogantes de horas al día que se le dedicaría al ofrecer servicios turísticos y el tipo de servicio que podría ofrecer, es notorio que, para ofrecer servicios alimenticios, las personas percibieron que se necesitarían más horas que otras actividades, esto se refleja en un 26% de los encuestados que analizaron que necesitarían entre 4 y más de 8 horas al día. Otro servicio que fue apreciado por su necesidad de varias horas de ocupación es el servicio hotelero, en el cual un 17.5% de personas expresaron que se necesitaban entre 6 y más de 8 horas de trabajo diario. Mientras que la actividad artesanal fue considerada como una de las que necesita menos horas de labor al día, ya que el 10.6% de encuestados opinaron que se necesitaría entre 2 y 4 horas al día.

7.- ¿Cuánto esperaría ganar al mes, ofreciendo servicios turísticos?

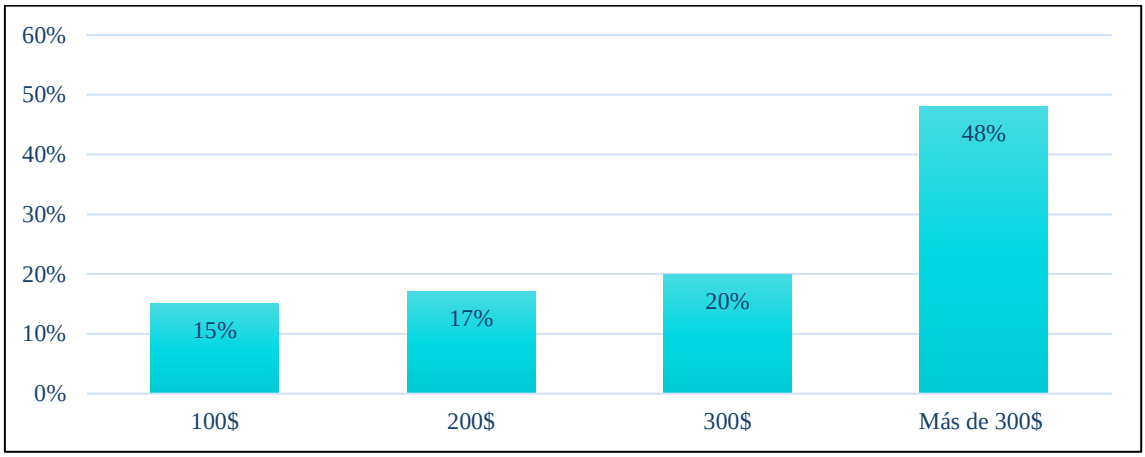


Figura 27: ¿Cuánto desearía ganar ofreciendo servicios de turismo?
Fuente: Elaboración propia

El 48% de la muestra desearía ganar más de 300$ al mes ofreciendo servicios turísticos, esto representa que muchas personas tienen altas expectativas económicas de esta actividad, pero un factor a considerarse es que el Barrio San Diego, es un lugar donde las actividades turísticas que se realizan en la actualidad son casi nulas. Por otra parte, un 32% esperaría ganar alrededor de 100$ y 200$ al mes, estas personas pueden tener claro que, al comenzar a brindar servicios de turismo en el sector, va a ser complicado ganar más de esas cantidades sin tener un atractivo turístico bien establecido.

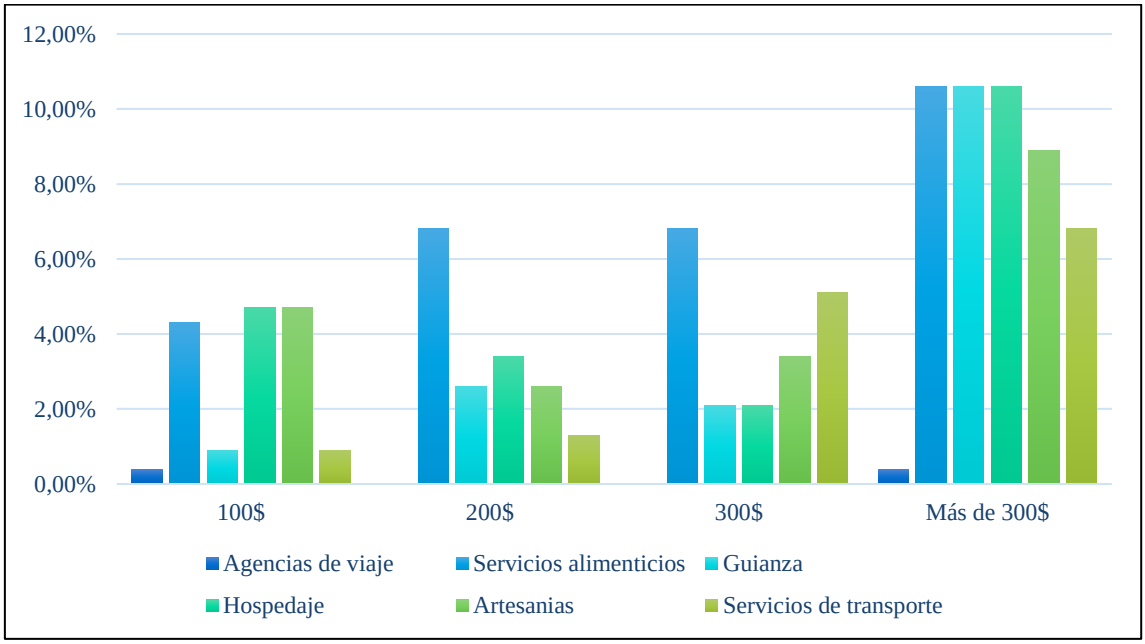


Figura 28: Que tipo de servicio podría ofrecer y cuanto esperaría ganar ofreciendo servicios de turismo
Fuente: Elaboración propia

Una cifra de 13.6% de personas refleja que aspirarían ganar entre 200$ y 300$ ofreciendo servicios alimenticios, esta meta es alcanzable puesto que la oferta de servicios alimenticios no solo se limita a los turistas, en vista de que cualquier ciudadano puede adquirir dichos servicios hace más realista llegar a la cantidad seleccionada. Por el contrario, 40.7% de encuestados esperarían ganar más de 300$ mensuales ofreciendo actividades como guianza, hospedaje, servicios alimenticios y artesanías, alcanzar este monto de dinero no es imposible, pero es muy complicado lograrlo ya que el flujo de turistas en San Diego es casi nulo.

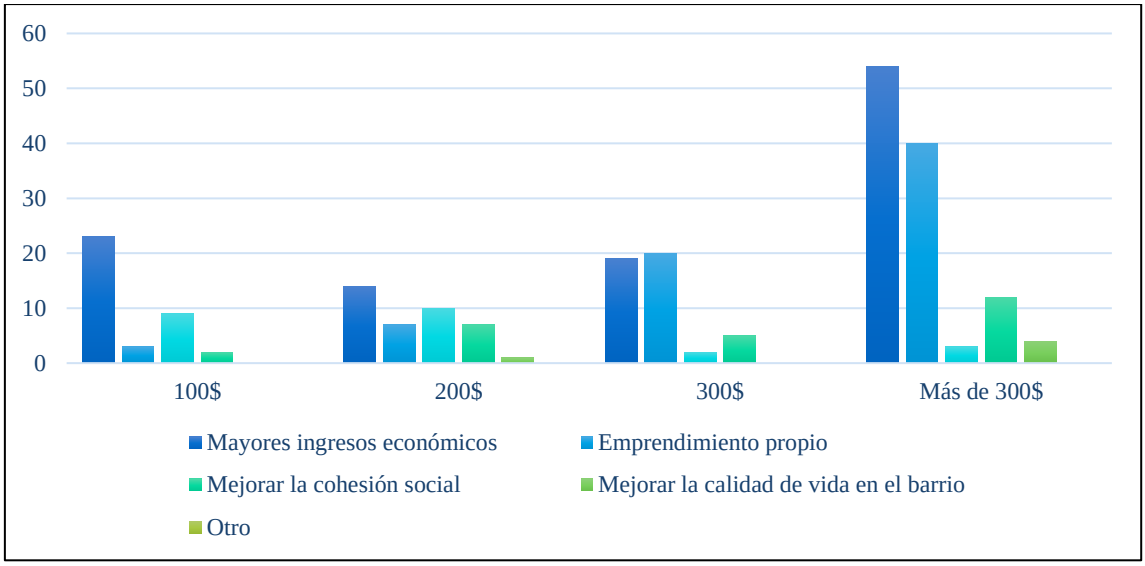


Figura 29: Razones por las que brindaría servicios de turismo y cuanto esperaría ganar ofreciendo servicios de turismo
Fuente: Elaboración propia

En todos los montos de dinero que se aspiraría ganar mensualmente (100$, 200$, 300$ y más de 300$), la razón por la que se ofrecería actividades turísticas que se destaca es el obtener mayores ingresos económicos, seguido de tener un emprendimiento propio, en este sentido las razones asociadas al bienestar individual aventajan a las razones vinculadas al bien comunitario (mejorar la cohesión social en el barrio y mejorar la calidad de vida en el barrio), al cruzar las variables de: dinero que se esperaría ganar y la razones por las que ofrecería actividades turísticas, las razones de beneficio común están representadas por tan solo el 21% de todos los encuestados.

8.- ¿Por qué razones no estaría dispuesto a ofrecer actividades turísticas?

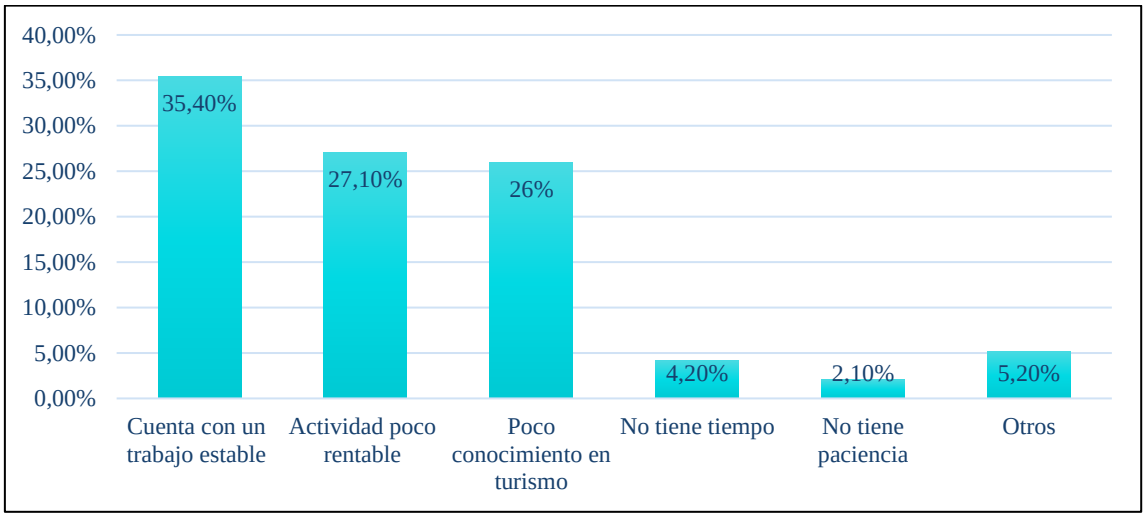


Figura 30: Razones por las que no brindaría servicios de turismo
Fuente: Elaboración propia

De las 96 personas que no desearían brindar servicios de turismo en San Diego, el 35% contestó que ya cuenta con un trabajo estable, el 27.1% comentó que los empleos turísticos son poco rentables, y el 26% no brindaría servicios turísticos porque no tiene conocimientos previos en turismo, entre otras respuestas que brindaron los encuestados están: no cuentan con tiempo para esta actividad, no es un empleo que le agrade o no cuentan con paciencia para trabajar en turismo.

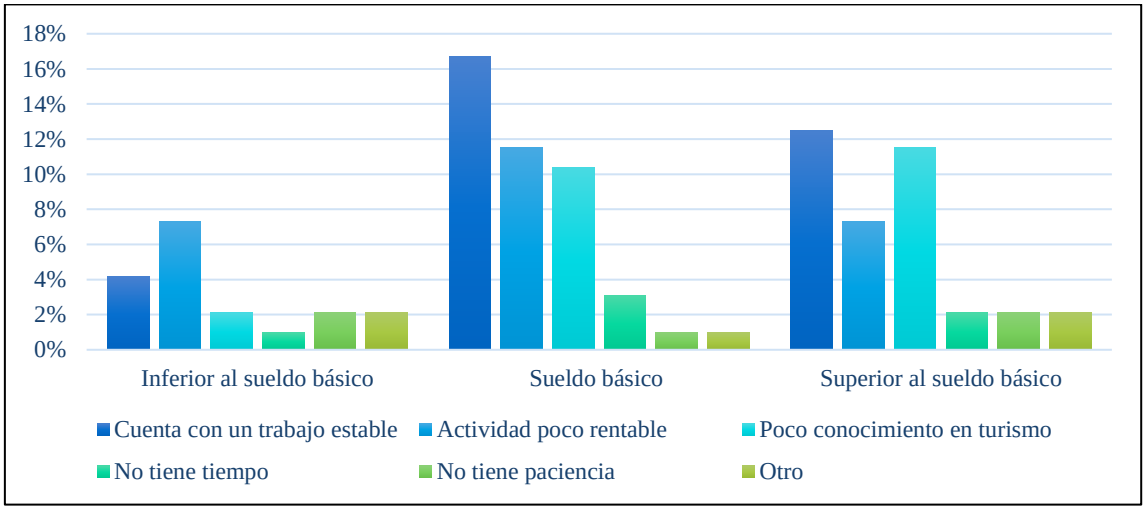


Figura 31: Razones por las que no brindaría servicios de turismo y salario mensual de la muestra
Fuente: Elaboración propia

De las 96 personas que no desearían ofrecer actividades turísticas en el barrio San Diego, es el 30% de los encuestados que cuentan con un trabajo estable y ganan el sueldo básico o más del sueldo básico, en el cual es indiscutible su juicio para no ofrecer servicios de turismo. Por otra parte, es el 21.9% de personas que no brindarían actividades turísticas porque no cuentan con conocimiento en turismo y ganan un sueldo básico o más del sueldo básico, factor que es medianamente entendible, puesto que existen actividades donde no se necesita una previa instrucción en turismo (venta de artesanías y venta de alimentos). En total el 26.1% encuestados que, sin importar su sueldo mensual, no ofrecerían ningún tipo de actividad turística, porque consideran al turismo una actividad poco rentable.

9.- ¿Considera que el turismo pudiera traer consecuencias negativas?

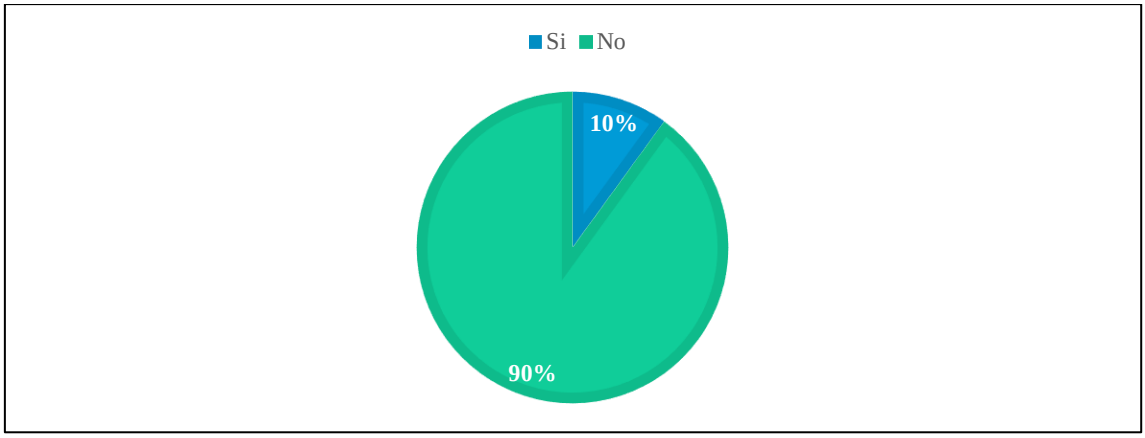


Figura 32: Estimación de que el turismo es un factor negativo
Fuente: Elaboración propia

Varios encuestados, representados por el 90% consideran que el turismo no puede traer consecuencias negativas y tan solo el 10% de los habitantes de San Diego piensan que el turismo si puede traer efectos negativos, entre diferentes opiniones que se presentaron fueron: deterioro de las edificaciones, la posibilidad de atraer más delincuencia, consumo de drogas, conflictos con otros barrios, conflictos con vecinos, acarrear marginalidad de otros barrios y tipos de turismo que no son apreciados por los ciudadanos como el turismo negro y el turismo sexual.

10.- De acuerdo con las siguientes afirmaciones indique su nivel de agrado (5=Total acuertdo;1=Total desacuerdo)

	5	4	3	2	1	Total
El turismo apoya a la recuperación de espacios.	185	111	29	2	4	331
100%	56%	34%	9%	0.6%	1.2%	100%
El turismo contribuye a la unión en la participación.	136	97	81	14	3	331
100%	41%	29%	24%	4	1%	100%
El turismo ayuda a mejorar la calidad de vida.	166	109	23	27	6	331
100%	50%	33%	7%	8%	2%	100%

Tabla 4: Resultados de afirmaciones asociadas al turismo
Fuente: Elaboración propia

En las afirmaciones presentadas, la mayoría de la muestra comentó que están en total acuerdo o de acuerdo con que el turismo apoya a la recuperación de espacios públicos y también contribuye a mejorar la calidad de vida, mientras que en la afirmación (El turismo contribuye a la unión en la participación) un porcentaje de 24% están medianamente de acuerdo con tal aseveración, por lo cual no se puede asegurar que para los ciudadanos el turismo ayuda a la unión vecinal.

11.- ¿Cuál cree usted que es el problema más grande de su barrio? Ordene de acuerdo a la importancia.

	1	2	3	4	5	6	7	Total	%
Pobreza	47	46	**134**	47	18	25	6	323	**41%**
Delincuencia	**197**	77	32	10	2	1	4	323	**61%**
Comercio Informal	1	58	26	50	33	40	**115**	323	**36%**
Basura e Insalubridad	64	**88**	82	23	8	27	31	323	**27%**
Deterioro de edificaciones	13	12	26	44	72	**108**	48	323	**33%**
Contaminación del aire	0	34	15	**118**	92	36	28	323	**37%**
Contaminación auditiva	1	5	8	31	**100**	87	91	323	**31%**

Tabla 5: Resultados de la apreciación del problema más grave del barrio
Fuente: Elaboración propia

El problema mayormente señalado es la delincuencia, el 61% de la muestra consideran que la inseguridad que se vive en San Diego es el problema más grave, otro problema grave detectado es la pobreza, los dos contratiempos en su mayoría son generados por el albergue “San Juan de Dios”, ya que en este lugar se acogen migrantes e indigentes. Simultáneamente las personas consideran que el problema con menor importancia es el comercio informal, puesto que el barrio no es un sector comercial.

Entre otros problemas que fueron detectados por los encuestados están tráfico vehicular, falta de ayuda municipal, consumo de drogas y falta de cultura de los ciudadanos.

12.- ¿Los vecinos se reúnen para tomar decisiones sobre el barrio?

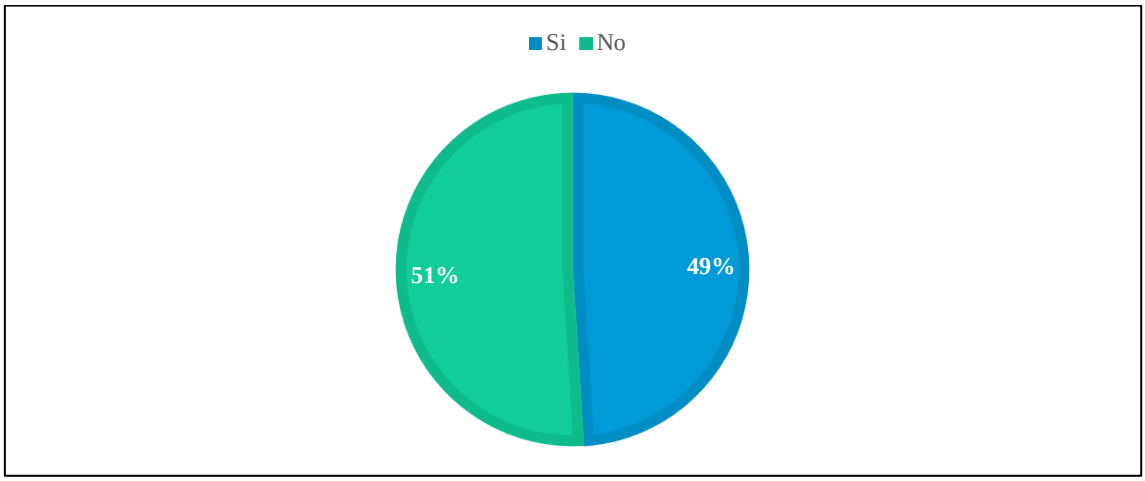


Figura 33: Reuniones para la toma de decisiones con respecto al barrio
Fuente: Elaboración propia

En esta pregunta las opiniones se encuentran divididas ya que la mitad de la muestra asegura que los vecinos si se reúnen para tomar decisiones del barrio, mientras que la otra mitad afirma que no hay reuniones para la toma de decisiones del barrio. El 49% que declara que hay reuniones para tomar decisiones, manifiestan que en las juntas se tratan temas como insalubridad del barrio, delincuencia, falta de ayuda municipal, legalización de terrenos, mejoras en los bienes públicos para el barrio, mingas comunitarias y organización para los eventos barriales.

Las personas que contestaron no a la interrogante, expresan que las reuniones no se llevan a cabo por motivos como: falta de unión vecinal, falta de interés entre los vecinos, existencia de divisiones en el barrio, falta de tiempo y muchos de los encuestados desconocían porque no se realizan reuniones.

13.- ¿Se han llevado a cabo acciones en conjunto, para el progreso del barrio?

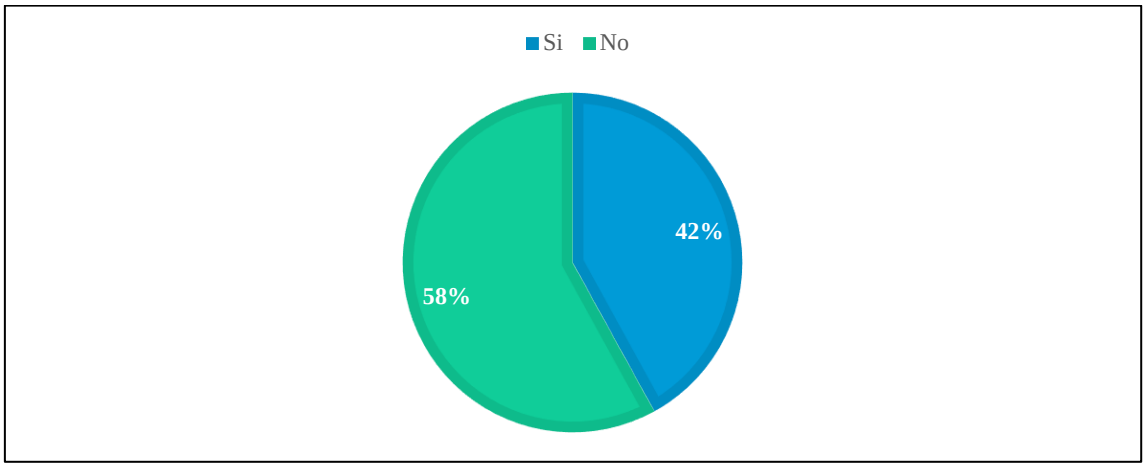


Figura 34: Percepción de acciones en conjunto para el beneficio del barrio
Fuente: Elaboración propia

Un 58% de los vecinos exponen que no se han llevado acciones en conjunto para el desarrollo del barrio. Mientras que el 42% comunicó que si se llevaron acciones en conjunto como son: limpiezas de calles y fachadas, restauración de plazas, parques y juegos infantiles, alumbrado y conversar con la policía por temas de delincuencia.

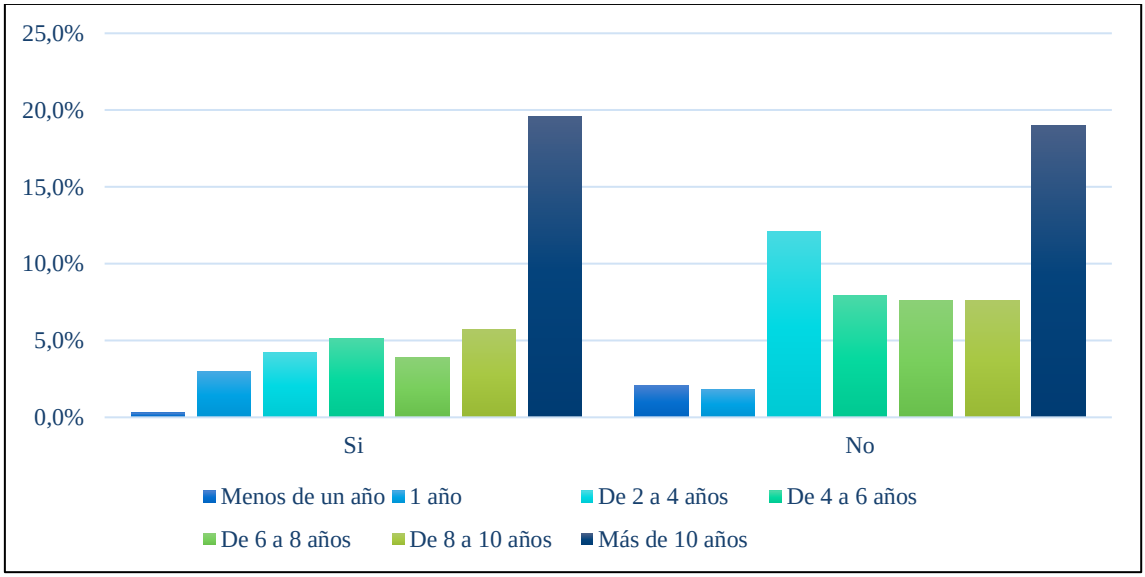


Figura 35: Percepción de acciones en conjunto para el beneficio del barrio y permanencia de la muestra en San Diego
Fuente: Elaboración propia

En el cruce de variables de: Cuánto tiempo lleva viviendo en San Diego y si se han llevado a cabo acciones en conjunto para la mejora del barrio, se dan resultados fraccionados, es el 19.6% encuestados que han vivido por más de 10 años en San Diego

y consideran que si se han realizado acciones en con junto para el desarrollo del barrio, cifra de encuestados que por poco es alcanzada por las personas que han vivido por más de 10 años en San Diego y consideran que no se han efectuado acciones en conjunto para mejorar al barrio (19%).

Una vez analizados los resultados obtenidos de la encuesta, se puede apreciar que las opiniones de los encuestados son diversas, a partir de temas como potencialidad, unión vecinal, problemas barriales, entre otros, se percibe una división pareja de criterios, para aclarar los resultados de la encuesta se debe incorporar los análisis de las entrevistas, grupo focal y observación participante para proponer los lineamientos de mejora.

3.1.2 Análisis de entrevistas

Las entrevistas se realizaron a miembros de la Junta Vecinal del barrio y propietarios de empresas turísticas que desempeñen actividades de turismo en el barrio San Diego, que conocedores de los problemas del sector, situación económica del barrio, antecedentes en turismo y posibles soluciones a los conflictos que afectan al lugar.

Uno de los temas que se trató en la entrevista es la percepción general que se tiene de San Diego, los criterios que se ofrecieron fueron: “San Diego es un barrio con mucha potencialidad, cuenta con muy buenos atractivos que no han sido bien administrados, el barrio tiene muchos problemas como delincuencia, contaminación del aire, insalubridad, migraciones no deseadas y redes de drogas, el gobierno debe poner más énfasis a rescatar este barrio por medio de leyendas, historias, artesanías y las memorias de las personas que han vivido en el lugar por varios años”.

Desde la perspectiva de los entrevistados las opciones que tiene el Barrio San Diego además del turismo, para que se dé una recuperación de sus espacios públicos son: “es importante evaluar la capacidad de los ciudadanos, cuáles son sus prácticas sociales y religiosas, y que potencialidades tiene el barrio para que se genere empleo. El factor humano es el más importante, las personas son responsables de apropiarse de los espacios públicos para que sean usados en arte y cultura. Es importante aprovechar las fechas en donde el barrio cuenta con más visitantes y realizar ferias en donde se vendan artesanías y gastronomía típica. Uno de los trabajos que traería fuentes de empleo al barrio es la producción de flores”.

Para los entrevistados los retos más grandes que tiene San Diego son: “el barrio necesita articularse con la oferta turística del CHQ, se necesitan más garantías e incentivos públicos, la misma municipalidad se apropió de varias casas patrimoniales, es importante trabajar con agencias de viaje que realicen recorridos a San Diego, los ciudadanos no tienen una percepción de turismo, el barrio necesita más áreas verdes y de recreación, el barrio necesita más comercio y los problemas como migraciones, mafias, problemas con ventas ilícitas de drogas, insalubridad e inseguridad son retos muy grandes para todo el sector”.

Es indudable que el turismo es un factor para el desarrollo social y económico, pero es discutible saber si el turismo es un factor que colabore a la recuperación de espacios públicos, según el punto de vista de los entrevistados: “el barrio tiene buenos atractivos y tiene potencialidad, pero para que funcione una recuperación de espacios públicos, los que deben apropiarse de esos espacios son los habitantes de San Diego, porque si un forastero se apropia de espacios o edificaciones importantes se va a dar como producto gentrificación. Pero es importante reconocer que no solo con espacios se realiza turismo”.

Sin el factor humano es muy complicado recuperar a San Diego por medio del uso turístico, por eso es necesario saber, ¿En qué medida los ciudadanos del barrio puedan ofrecer actividades turísticas?, las opiniones brindadas fueron: “los ciudadanos del barrio tienen las bases para ofrecer varios servicios de turismo como la gastronomía y artesanías, muchos de los habitantes son artesanos, los vecinos del lugar podrían trabajar con empresas públicas y privadas de turismo, el inconveniente es que muchas de las personas ignoran el lugar donde se encuentran, el ciudadano debe apoderarse de su barrio, el elemento humano es lo más importante, ellos son los dueños de la información y ellos conocen lo que sucede en el sector. Falta mucho impulso en turismo por parte del poder político”.

Es indispensable que se dé una unión entre los vecinos del barrio para que San Diego se establezca como un lugar turístico y es importante conocer si es factible, la respuesta de los entrevistados fue: “es posible que se de unión entre los vecinos, pero se necesita ayuda de las autoridades públicas, el ciudadano es fundamental, ellos son el medio de promoción del espacio turístico, desafortunadamente San Diego es un barrio fragmentado, existen personas que tienen interés en ayudar al barrio y también están las personas que no tienen interés en el bienestar del barrio, las personas del mismo barrio ignoran el potencial que se tiene”.

Varias de las estrategias propuestas para el crecimiento del turismo en el barrio fueron: “para establecer estrategias es necesario conocer la voluntad de los ciudadanos y también conocer con que atractivos cuenta el sector, es importante retirar el miedo que sufren los habitantes al cambio, se deben apropiarse de sus propios espacios, deben trabajar con la policía nacional para erradicar la delincuencia del sector y se debe trabajar en la promoción del barrio, que en la actualidad es casi nula”.

Es necesario que la oferta del barrio San Diego se acople con la oferta del CHQ, con que acciones enlazaría a los dos lugares, los entrevistados opinaron que: “es importante que Quito Turismo baje sus estándares, se está elitilizando al turismo, es importante permitir que todas las personas participen ofreciendo y realizando actividades turísticas, una de las maneras de articular a la oferta del CHQ y San Diego es uniendo leyendas e historias en rutas que se muevan por estos lugares”.

Las opiniones acerca de: ¿Qué consecuencias negativas podría traer el turismo a San Diego?, fueron: “no se puede ocultar que todo trae consecuencias negativas, la delincuencia puede aumentar, se puede dar más tráfico vehicular en el sector, puede crecer el problema de drogas, otra posibilidad es que el turismo que se realice en este barrio sea repetitivo para los turistas, los mismos guías de turismo brindan una mala calidad de información y por último el turismo no debe ser visto solo como un negocio”.

En general las opiniones entregadas por los entrevistados aclaran muchas incógnitas que arrojaron otras actividades de levantamiento de información, todos los criterios obtenidos servirán para la construcción de los lineamientos de mejora que se propondrán.

3.1.3 Observación participante

La observación participante se llevó a cabo el día domingo 1 de septiembre del 2019, esta actividad se pudo llevar a cabo gracias al apoya de la empresa “La Colmena Colectivo Chakiñan”, que realizo la Ruta de La Colmena y la Ruta del Curuchupa, en esta ruta participaron 15 turistas tanto nacionales como internacionales, y se visitaron sitios como el “Museo del Templo de la patria”, “La Cima de la Libertad”, calles y lugares del Barrio La Colmena y el Barrio San Diego. Esta actividad se realizó con el fin de conocer cuál es el comportamiento y reacciones del turista en barrio San Diego. Los comentarios que se realizan de las rutas visitadas, son opiniones subjetivas del autor, que obtuvo en base al análisis de los comportamientos y actitudes de los turistas.

La percepción de los turistas durante el recorrido fue la de haber visitado un lugar espléndido, con atractivos interesantes en donde se pueden realizar diferentes dinámicas, en donde el turista apreció las edificaciones del barrio, y notó el deterioro de las mismas, pero no fue un factor que alarmara a los mismos, ya que las personas que habían visitado antes el CHQ han notado este inconveniente en diferentes barrios. Uno de los elementos que más agradó a los turistas fue la buena ubicación del barrio, dado que tiene una cercanía a muchos atractivos del CHQ, además de ser un sitio afortunado por la conveniente vista hacia otros lugares de la ciudad. En cuanto a la tarifa cobrada por la empresa, es un factor que no se puede juzgar, debido a que fue una visita gratuita, en la cual al final del recorrido el turista tenía la opción de colaborar a la empresa con propina voluntaria. En el turista se observó una intención de regresar a San Diego, por los atractivos que ofrece y las actividades que se realizaron.

Uno de los factores que no se notó en el recorrido es el factor de pobreza y marginalidad, tampoco se pudo percibir como atienden los ciudadanos de San Diego al turista, puesto que en la visita se circuló por lugares donde prácticamente no había personas, en definitiva, el componente humano no pudo ser evaluado en la visita al barrio.

En cuanto a los elementos negativos que el turista percibió fueron: la insalubridad que existe en los barrios evidenciada en los desechos que se encuentran en las calles, también se notó inseguridad a consecuencia de que en el sector no existe miembros de ningún tipo de seguridad pública o privada. También se pudo notar que en el barrio existen escasos servicios de turismo.

En definitiva, el turista disfrutó su visita al Barrio San Diego y el Barrio La Colmena, en la cual los conflictos que sufren estos barrios no afectaron al desarrollo de las rutas, debido a que las actividades y atractivos propuestos agradaron al público generando en ellos un sentido de regocijo. En resumen, el turista se marchó satisfecho con la visita realizada.

3.2 Grupo Focal

3.2.1 Descripción del grupo focal

Para una mejor recopilación de datos fue necesaria la realización de un grupo focal que involucre a los ciudadanos de San Diego, en el cual se exhiban datos adicionales a las encuestas y entrevistas realizadas. El propósito de esta actividad es descubrir

problemas que no fueron detectados por otras actividades de levantamiento de información, conocer criterios de los vecinos que han vivido por varios años en el sector y que los mismos vecinos conozcan los datos que se obtuvieron en las encuestas.

El grupo focal se realizó el 27 de agosto del 2019 a las 17:00pm en la sala de reuniones vecinales, y se llevó a cabo con 10 miembros de la Junta del Comité barrial. Las actividades que se efectuaron son: preguntas abiertas, lluvia de ideas y se presentaron los resultados de las encuestas.

3.2.2 Resultados obtenidos

La primera actividad realizada consistió en preguntas acerca de problemas e incógnitas que no se contestaron en las entrevistas y encuestas, otras preguntas se expusieron con el propósito de aclarar y respaldar resultados obtenidos.

La primera pregunta que se planteada fue: Si tuviera el presupuesto necesario ¿Qué es lo que haría por su barrio?, a esta interrogación los vecinos contestaron: “Se realizarían obras como alumbrado, cubiertas para instalaciones deportivas, reparar baches de varias calles, más áreas verdes, más zonas de recreación y trabajar con las autoridades para erradicar con la inseguridad, obras que contribuirían al progreso del barrio”. La mayoría de las acciones propuestas por los vecinos precisan una elevada suma de dinero, por lo que es poco probable que las autoridades atiendan a estas necesidades con rapidez. La acción que es más sencilla de llevar a cabo es el trabajar en conjunto con las autoridades para solucionar los problemas de delincuencia.

La segunda pregunta manifiesta: ¿Qué acciones tomaría para contrarrestar la delincuencia y la marginalidad del sector?, a lo que se respondió: “Es necesario el apoyo de las instituciones públicas, para laborar en conjunto con la Policía nacional y hacer frente a la delincuencia en el sector, otra acción que se tomaría es cerrar definitivamente el albergue San Juan de Dios”. Las labores que se realizarían para detener la delincuencia pueden ser muy efectivas, puesto que efectuar trabajos de seguridad comunitaria, alarmas y cámaras de seguridad, ayudarían a impedir actos delincuenciales en el sector, por otro lado, el detener las actividades que ejecuta el albergue no es una solución sensata dado que a este lugar no acuden solo delincuentes, sino también personas que tienen necesidades básicas (salud, alimento y vivienda).

La tercera pregunta enuncia: ¿Considera usted que el barrio se encuentra en condiciones para recibir turistas?, y los ciudadanos respondieron: “El barrio si está en condiciones de recibir turistas, pero es necesario que cuiden sus pertenencias y si es posible lleguen acompañados del cuerpo policial, el barrio cuenta con muy buenos atractivos como el cementerio el museo y El Panecillo y además tenemos una excelente gastronomía”. Las ideas propuestas por los vecinos son respaldadas por la necesidad de seguridad en el barrio, la sugerencia de policías resguardando a los turistas no es incorrecta, pero la mayoría de los turistas no conoce la situación del barrio, no todos los turistas pedirán protección, por eso es más ventajoso tener una unidad de policía (UPC) disponible las 24 horas del día.

La cuarta pregunta es: ¿Considera que el turismo hará que las autoridades tomen conciencia para la recuperación y rehabilitación de San Diego?, lo que respondieron los miembros de la junta vecinal fue: “es indudable, aquí en San Diego se realizó una fuerte inversión en turismo, es necesario una promoción de turismo para nacionales e internacionales”. Las fuertes aportaciones que se realizaron en San Diego no funcionaron, probablemente por una mala gestión, es importante enfatizar la opinión de los ciudadanos, primero se debe realizar promoción para el turismo nacional y luego con un producto estructurado y en funcionamiento, promocionar el turismo internacional”.

La quinta pregunta planteó: ¿Cree que el turismo puede ser un factor para que disminuya la delincuencia en el sector, o será todo lo contrario?, a lo que se replicó: “se va a dar lo contrario porque en el barrio no hay seguridad, la inseguridad es la razón por las que muy pocas personas visitan en la actualidad el barrio San Diego”. Es notorio que los ciudadanos de San Diego precisan de un plan de seguridad barrial, que los beneficie no solo en el ámbito social, sino también en el ámbito económico.

La siguiente pregunta inquirió: ¿Cree que, si el turismo llega a San Diego, los precios que ofrecen los distintos se elevarán o se mantendrán?, y lo que se respondió fue: “No creemos que los precios variarán ya que hay muchos ciudadanos nacionales que demandan los mismos servicios que los turistas, los precios que se ofrecen a los turistas van a ser muy asequibles”. Si los precios de los servicios que se brindan en San Diego se mantienen en su valor actual, corresponderían a un factor positivo que colaboraría a la futura oferta turística del barrio. Pero es necesario enfatizar que el precio de los paquetes que se consiguen para recorrer el país tiene un precio más elevado en comparación con países vecinos como Costa Rica, Perú y Colombia (Medina , 2017).

La última pregunta propone: ¿Considera que el turismo traerá más fuentes de empleo al barrio?, y se respondió: “lógicamente, anteriormente se le había planteado a la empresa Quito Tour Bus el trabajar con ellos y preparar alimentos para los turistas y que San Diego sea una parada del recorrido, lastimosamente no se pudo llevar a cabo”. La sugerencia de empleo habría sido muy productiva para el barrio, es muy recomendable el aliarse con empresas privadas de turismo y proponer actividades que traigan beneficios compartidos para las partes involucradas.

Después de la actividad de preguntas se prosiguió con una lluvia de ideas, en la que se detectaron fortalezas, debilidades y elementos que le faltan al barrio. Las fortalezas detectadas fueron: “las personas que viven en el lugar, la mayoría de personas cuenta con un empleo, excelente gastronomía, cuentan con varios atractivos turísticos, diversas artesanías como las lápidas, negocios de flores, cuentan con una “Casa Somos”, hay una buena organización para recaudar fondos”. Son varias las fortalezas que hacen al barrio un lugar con potencialidad para el turismo, los negocios de flores, ventas de lápidas y otras artesanías pueden ser usadas en diferentes dinámicas para un turismo vivencial, los atractivos que ofrece San Diego tienen abundante historia que puede ser utilizada en dinámicas como en rutas teatralizadas y vivencias entretenidas contadas por los mismos ciudadanos.

Entre las debilidades que presenta el barrio están: inseguridad, insalubridad, falta de apoyo del gobierno y otras instituciones públicas, problemas con ventas de drogas. En cuestiones de insalubridad los encargados de corregir los errores es el Municipio de Quito, quienes también estarían encargados de los temas de inseguridad y la venta de drogas, en definitiva, las autoridades públicas son las que pueden solucionar las debilidades presentadas por los ciudadanos.

En la última actividad propuesta se expusieron los datos recopilados de la encuesta, en el cual los miembros de la junta dieron su opinión acerca de la información obtenida. En la pregunta: ¿Cree usted que el Barrio San Diego tiene potencialidad turística?, se obtuvo un 65% que contestaron si y un 35% de encuestados contestaros no. A lo cual el grupo focal opinó que el porcentaje de personas que respondido si a la pregunta debía ser mayor, debido a que el barrio posee excelentes atractivos turísticos y con una buena oferta turística sería un lugar icónico de Quito.

La pregunta: ¿Qué tipo de servicio turístico podría ofrecer?, se obtuvieron los siguientes resultados, servicios alimenticios (29%), hospedaje (20%), artesanías (20%), servicios de guianza (17%) y servicios de transporte (14%). Los vecinos del barrio opinaron que: la actividad de guianza debería tener un mayor porcentaje, ya que consideran que esta actividad va a tener mayor demanda en el barrio en un futuro.

Una de las preguntas de la encuesta plantea: ¿Por qué razones estaría dispuesto a brindar servicios turísticos?, los resultados obtenidos son, obtener mayores ingresos económicos (47%), desarrollar un emprendimiento propio (30%), mejorar la cohesión social (10%) y mejorar la calidad de vida en el barrio (10%). Los participantes del grupo focal respaldaron los resultados expuestos, opinaron que: "si el ámbito turístico va bien, el ámbito económico también va a ir bien, las razones personales van a tener mayor importancia que las razones del bien común, pero si no hay turismo en el sector las personas no se van a dedicar a esa actividad, de esa manera los mismos vecinos no utilizan el espacio público y no se apropian de él".

Una de las preguntas de la encuesta enuncia: ¿Cuánto esperaría ganar al mes, ofreciendo servicios turísticos?, y los resultados obtenidos son, 100$ (15%), 200$ (17%), 300$ (20%) y más de 300$ (48%), y la opinión del grupo focal fue: "es normal que la mayoría de personas conteste que espera ganar más de 300$ al mes, porque todas las personas tratan siempre sacar la mayor utilidad de sus empleos, pero existen actividades como la venta de las flores, venta de lapidas y artesanías, en donde, es muy difícil ganar una fuerte suma de dinero al mes".

Se analizó la pregunta: ¿Por qué razones no estaría dispuesto a ofrecer actividades turísticas?, los resultados de la pregunta son, cuenta con un trabajo estable (35%), considera a la actividad poco rentable (27%) y poco conocimiento en turismo (26%), y lo que se consideró fue: "que otra de las razones por las que no se realizaría turismo es la falta de seguridad que existe en el barrio".

En la pregunta: ¿Considera que el turismo pudiera traer consecuencias negativas?, los resultados fueron, si (10%) y no (90%), lo que opinaron los ciudadanos de los datos expuestos fue: el turismo sustentable es un turismo positivo y si se obtuvo un 10% de consecuencias negativas, debe ser por diversos factores como el atraer más delincuencia.

La siguiente pregunta establece: ¿Cuánto tiempo al día estaría dispuesto a dedicarle al servicio turístico?, los resultados fueron, entre 2 y 4 horas (19.6%), entre 4 y 6 horas

(20%), entre 6 y 8 horas (43%) y más de 8 horas (16.6%), los vecinos estimaron que: “si se le dedica de 2 a 4 horas al día a ofrecer servicios turísticos puede ser una actividad complementaria, pero si se la dedica más de 8 horas al día al servicio turístico ya es un empleo y la única fuente de ingresos”.

En la pregunta: ¿Cuál cree usted que es el problema más grande de su barrio?, se obtuvieron los siguientes resultados, considerados desde el problema principal hasta el problema con menor importancia, delincuencia (61%), pobreza/marginalidad (41%), contaminación del aire (37%), comercio informal (36%), deterioro de edificaciones e infraestructura (33%), contaminación auditiva (31%) y basura e insalubridad (27%), las opiniones de los participantes fueron: “concordamos que la delincuencia es el problema número uno, pero es un problema que no solo se sufre en San Diego, sino en todos los barrios, todos los barrios tiene delincuencia, se le debe dar más importancia a problemas como la contaminación del aire y el deterioro de las infraestructuras, los problemas como pobreza y marginalidad deben ser aclarados, estos problemas vienen por el albergue San Juan de Dios, las personas que habitan aquí no sufren de pobreza ya que la mayoría labora, uno de los problemas que no fueron considerados es la movilidad, debido a que en el sector no pasa ninguna línea de bus, se le debe dar más importancia a este tema”.

La siguiente pregunta plantea: ¿Los vecinos se reúnen para tomar decisiones sobre el barrio?, los resultados obtenidos fueron: si (49%) y no (51%), lo que se opinó fue: “es muy cierto el resultado obtenido, ya que la mitad de los vecinos si le da importancia al barrio y la otra mitad no le interesan las reuniones que se realizan”.

La última pregunta presenta: ¿Se han llevado a cabo acciones en conjunto, para el progreso del barrio?, los resultados obtenidos fueron: si (42%) y no (58%), lo que opinaron los miembros de la junta vecinal fue: “estamos de acuerdo con los datos obtenidos, no todas las personas colaboran, para las reuniones, ni para cualquier acción que se lleve a cabo”.

Uno de los resultados obtenidos de la investigación, fue el comprender como desfavorece la competencia turística al Barrio San Diego, en el cual, el Cementerio del Tejar es un fuerte adversario, ya que es preferido por empresas privadas de turismo para realizar sus recorridos y actividades turísticas en este lugar, la razón por la cual es la primera opción de las empresas, es que la administración de la Sociedad Funeraria Nacional (SFN) exigen varios lineamientos difíciles de desarrollar para que se puedan

realizar actividades turísticas en su cementerio, mientras que la administración del Cementerio del Tejar es gestionada por las autoridades del convento, las cuales no requieren demasiadas peticiones para que se efectué turismo en sus instalaciones.

Las opiniones, ideas y comentarios que otorgaron los vecinos del barrio servirán para realizar un plan de lineamientos de mejora para la recuperación de varios espacios del sector, para cumplir así los objetivos planteados de este estudio, es beneficioso que los miembros de la junta vecinal se encuentren interesados y dispuestos a colaborar en una propuesta turística para la recuperación de su barrio, asimismo toda la información levantada en esta actividad permitió matizar los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas.

Al finalizar con el análisis de la recolección de información se puede establecer que un grupo significativo de residentes del barrio San Diego contemplan que el lugar en el que habitan tiene potencialidad turística, afirman que el turismo ayudaría a recuperar espacios públicos y no descartan el laborar en turismo en un futuro, donde la razón principal para ofrecer servicios de turismo es el obtener mayores ingresos económicos, pero los mismos ciudadanos no tienen experiencia brindando servicios de turismo. Es importante enfatizar que no todos los habitantes de San Diego estarían de acuerdo en laborar en turismo y la razón predominante para no ofrecer servicios de turismo es porque ya cuentan con un trabajo estable. El Barrio San Diego cuenta con conflictos como otros barrios de Quito, entre los más alarmantes están la delincuencia, deterioro de infraestructura y contaminación del aire, entre otros, y a estos conflictos se le añade una mala relación vecinal para la toma de decisiones y acciones para el progreso del barrio y varias de las necesidades que tiene el sector (falta de alumbrado, reparación de vías, zonas verdes y de recreación). Por lo cual los habitantes del barrio solicitan el apoyo del gobierno, para recuperar el barrio y sus espacios por medio del arte y la cultura. Desde otro punto de vista, los turistas ven al Bario San Diego como un lugar llamativo, con atractivos turísticos interesantes y con una buena ubicación geográfica, pero que cuenta con escasos servicios de turismo.

3.3 Identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

En esta sección se exponen las líneas de acción para el progreso del barrio, las cuales estarán presentadas a manera de sugerencias, fundamentándose en la recolección de información (encuestas, entrevistas, grupo focal y observación participante) y la recopilación de fuentes bibliográficas. Todo el compendio de información se sintetiza en una matriz FODA, para reconocer los factores internos y externos, que favorecen o perjudican al entorno de San Diego.

3.3.1 Matriz FODA

Fortalezas	**Oportunidades**
1. El Barrio San Diego cuenta con un buen paquete de recursos turísticos (museo, cementerio, iglesia, leyendas, artesanos, festividades). 2. La mayoría de habitantes del barrio San Diego (75% de la muestra de las encuestas), se encuentran dispuestos a colaborar en el desarrollo turístico del sector. 3. El barrio tiene una buena ubicación geográfica, con proximidad a otros atractivos turísticos. 4. Existe la presencia de la comunidad Franciscana en el barrio.	1. Próxima inauguración del Metro de Quito, una de las paradas será en San Francisco, un lugar medianamente cercano a San Diego (10 minutos de caminata). 2. Diversificación en la creación de productos turísticos por parte de empresas privadas. 3. El turismo urbano es una modalidad que está creciendo a nivel mundial.
Debilidades	**Amenazas**
1.El barrio no cuenta con suficientes servicios turísticos (restaurantes, hoteles, etc.). 2. El Barrio San Diego no cuenta con una línea de buses que pase por el sector. 3. Ausencia de establecimientos policiales y de seguridad (UPC). 4. Falta de unión vecinal. 5. El albergue San Juan de Dios y el Mercado San Roque congregan pobreza, inseguridad, delincuencia y marginalidad en el sector.	1. La crisis económica del país, dificulta la inversión pública en distintos proyectos (proyectos turísticos). 2. El cementerio “El Tejar” es preferido por varias empresas de turismo para ofrecer actividades turísticas. 3. El barrio tiene una mala calidad de aire, debido a que en los túneles de San Diego y San Roque circulan miles de autos al día. 4. Cambios de residencia provocan pérdida de autenticidad del CHQ. 5. Ausencia de labores por parte de Quito Turismo en el Barrio San Diego.

Tabla 6 Matriz FODA
Fuente: Elaboración propia

	O1	O2	O3	Total
F1	2	**5**	4	**11**
F2	1	3	**4**	**8**
F3	5	1	1	7
F4	1	3	1	5
Total	9	**12**	**10**	

Tabla 7: Cruce de oportunidades y fortalezas
Fuente: Elaboración propia

	A1	A2	A3	A4	A5	Total
D1	4	2	1	4	5	**16**
D2	4	1	3	2	1	11
D3	3	1	1	4	1	**10**
D4	1	3	2	5	1	**12**
D5	2	2	1	5	2	12
Total	**14**	9	8	**20**	**10**	

Tabla 8: Cruce de amenazas y debilidades
Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, los puntos críticos identificados son:

1. La falta de unión vecinal, inseguridad, entre otros factores son las razones para que se produzca cambios de residencia, ocasionando así, pérdida de autenticidad de los ciudadanos del barrio.

2. La crisis económica del país dificulta la inversión pública en proyectos de primera necesidad como la creación de una UPC para el sector.

3. La falta de incentivos por parte de Quito Turismo hacia los emprendedores de San Diego, genera ausencia de establecimientos que brinden servicios turísticos (restaurantes, hoteles, etc.).

4. La actual diversificación de productos turísticos que son ofrecidos por empresas privadas se pueden asociar al paquete de recursos turísticos con el que cuenta el barrio.

5. Debido a que la mayoría de ciudadanos de San Diego están dispuestos a colaborar con el desarrollo turístico del sector, se debe emplear al turismo urbano como el enlace para que el ciudadano labore en turismo.

3.3.2 Estrategias

Para plantear estrategias a partir de la matriz FODA, se consideraron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que obtuvieron mayor puntaje en el cruce de variables, creando así estrategias de áreas ofensivas (fortalezas/oportunidades) y áreas defensivas (debilidades/amenazas). Los factores que se emplearon son:

- El Barrio San Diego cuenta con un buen paquete de recursos turísticos (museo, cementerio, iglesia, leyendas, artesanos, festividades).
- La mayoría de habitantes del barrio San Diego (75% de la muestra de las encuestas), se encuentran dispuestos a colaborar en el desarrollo turístico del sector.
- Diversificación en la creación de productos turísticos por parte de empresas privadas; el turismo urbano es una modalidad que está creciendo a nivel mundial.
- El barrio no cuenta con suficientes servicios turísticos (restaurantes, hoteles, etc.).
- Ausencia de establecimientos policiales y de seguridad (UPC).
- Falta de unión vecinal.
- La crisis económica del país, dificulta la inversión pública en distintos proyectos (proyectos turísticos).
- Los cambios de residencia provocan pérdida de autenticidad del CHQ y la ausencia de labores por parte de Quito Turismo en el Barrio San Diego.

1. Afianzar la unión vecinal

Contemplando que los vecinos cuentan con la capacidad de modificar sus entornos a través de acciones que les permitirán rescatar el sentido de vecindad y comunidad, que los barrios pierden mientras van creciendo y considerando que esta investigación se basa en la participación ciudadana, el generar una manera efectiva de trabajar entre vecinos, es la estrategia primordial de este estudio.

Como lo sugieren Betzano et al. (2015), los conceptos que se deben fomentar para una mejor cohesión social son: confianza interpersonal entre vecinos, sentido de pertenecía del lugar en el que viven, identidad compartida, confianza en liderazgo vecinal,

comportamiento participativo en actividades de beneficio para la comunidad, identificar a otros miembros de la comunidad.

Estrategia: Al momento de convocar a vecinos para las futuras reuniones, se debe considerar a todas las partes a quienes les concierne el problema, como empresas, instituciones religiosas, organizaciones civiles, grupos deportivos, policía comunitaria, entre otros, además se debe tomar en cuenta a todos los sectores del barrio, con el fin de que todos los vecinos de San Diego conozcan las acciones que se van a llevar a cabo.

Estrategia: Efectuar reuniones de socialización, con el propósito de informar a los ciudadanos, autoridades municipales, agentes de seguridad y a toda la comunidad del área de influencia, sobre las acciones que se van a llevar a cabo, cuando serán desempeñadas y en qué lugar iniciarán las labores (Nuevo Cauca, 2016).

Estrategia: Todos los integrantes del cuerpo vecinal deben tener en cuenta las actividades que quieren realizar, además de preocuparse por alcanzar las metas propuestas. Para que todos los individuos se sienten comprometidos por conseguir el resultado final, todos los miembros deben tener claras sus asignaciones, a fin de no perjudicar a detener el trabajo del resto de vecinos.

2. Programa de seguridad en San Diego

Según los datos arrojados por la encuesta, entrevista y grupo focal, uno de los conflictos más relevantes del barrio es la delincuencia, por ello se ha realizado una línea de acción para mitigar este problema, uno de los puntos importantes de este lineamiento es la capacitación de los ciudadanos, con el propósito de que sean competentes para dirigir escenarios problemáticos, que puedan llegar a afectar la imagen del barrio.

Estrategia: Para erradicar la inseguridad del barrio, los habitantes del sector deben trabajar en conjunto con la Policía Nacional en la creación de un cuerpo de “seguridad vecinal”, que realice constantes vigilancias en el lugar, además es necesario que los moradores del sector trabajen en conjunto para la implementación de alarmas comunitarias en sus residencias.

Estrategia: El turista debe ir acompañado por la fuerza policial o por la policía turística en el recorrido por el barrio, de esta manera se vela por la seguridad del visitante, con esto se procura que, con la llegada frecuente de policías se erradiqué la inseguridad

en el sector y en un futuro el turista se sienta seguro sin la necesidad de estar acompañado de agentes de seguridad.

Estrategia: De igual forma, poner en marcha la creación de una Unidad de Policía Comunitaria (UPC) en San Diego, este establecimiento tiene mucha importancia, porque controlaría el riesgo delincuencial y tomaría medidas de seguridad, de este modo los habitantes del barrio y los turistas se encontrarían protegidos. El número de unidades policiales que se necesitarían en un principio deberá ser mayor a las de otros barrios, debido a que existen altos índices de peligrosidad.

Cabe recalcar que la labor de la Policía Nacional está en un constante proceso de gestión, evaluación y rendimiento de cuentas, lo que en un futuro permite la creación de nuevos objetivos en diferentes comunidades. Los requerimientos para que un barrio tenga una UPC son: contar con un terreno para la construcción de las instalaciones, el terreno debe estar legalizado y ponerlo a nombre de la Policía Nacional, el espacio debe tener un área de 20 metros por 20 metros y estar localizado en una zona de fácil ingreso, el terreno no debe estar cerca de otra UPC, la distancia mínima permitida es un kilómetro hacia otro UPC, el siguiente paso es remitir una solicitud de inspección destinada al Comandante de la zona en la que se ubica el barrio, al cumplir con todos los requerimientos el Directorio Nacional de la Policía Comunitaria evaluara la situación del sector y determinará la edificación de una UPC (Polco, 2014).

En el caso de que una UPC tenga un costo elevado de construcción, una alternativa para brindar seguridad a la ciudadanía son las carpas de seguridad, que son proporcionadas por la Policía Nacional.

Estrategia: A partir de que empezaron las operaciones del Albergue San Juan de Dios, se han originado problemas por mendicidad y delincuencia, debido a que cuando la institución supera su capacidad, los individuos que precisan de este servicio pernoctan en las calles, provocando un mal aspecto en los alrededores. Para resolver este conflicto, es imperioso que exista una mayor vigilancia por la parte policial, creando así una comisión de seguridad que mantenga constante monitoreo y vigilancia a nivel interno y externo del albergue, además de mantener una comunicación constante con el coordinador del albergue sobre los conflictos divisados.

Estrategia: Otro factor negativo es el Mercado de San Roque, en donde, se han llevado a cabo actividades en conjunto, por parte de la policía con los miembros del

mercado para mitigar conflictos como inseguridad, venta de drogas, prostitución e incautación de mercadería de dudosa procedencia, las acciones que se llevan a cabo para combatir a la inseguridad son: botones de seguridad y la dotación de cuatro motos y tres bicicletas para agilitar el tiempo de reacción de la policía, gracias a la alianza de los comerciantes con la policía se ha logrado disminuir en un 21% los delitos del lugar. Es importante que estas actividades sean constantes para que el índice delincuencial se reduzca significativamente en San Diego como en San Roque (Ministerio de Gobierno, 2019).

3. Alianza Quito Turismo/Comité Barrial

Las alianzas público/privadas se han ido afianzando en nuestro país durante los últimos años, estas asociaciones han ido generando la implementación de infraestructura y servicios necesarios para la ciudadanía, por medio de políticas que financien distintas obras que beneficien a las dos facciones.

Estrategia: La necesidad de un entendimiento entre el sector público (Quito Turismo) y el comité barrial, serviría para la creación de una alianza, que lleve a cabo acciones que solucionen objetivos compartidos y así también, abastecer de infraestructura necesaria como los servicios turísticos ausentes en el sector (Oleas, 2017).

4. Creación de rutas especializadas en San Diego

El objetivo de este lineamiento es plantear ideas relacionadas al paquete de recursos turísticos con el que cuenta San Diego, para que sean utilizados en un futuro por el barrio, en la actualidad, el sector tiene varios conflictos por los que no es posible aplicar ningún plan turístico integral en el corto plazo, pero si se mitigan los problemas del lugar es importante contar con varias nociones de turismo para que puedan ser empleadas.

Estrategia: Implementación de rutas especializadas en cultura, historia y turismo vivencial por parte de agencias de viajes que realizan turismo en San Diego y el CHQ. Generar alianzas estratégicas con ofertas turísticas de otras provincias, para la creación y enlace de rutas innovadoras.

Las rutas turísticas que se ofrecerán deben conectarse con puntos cercanos a San Diego que cuenten con atractivos importantes para la ciudad (el Panecillo, la Cima de la Libertad, plaza de San Francisco, la Ronda).

Estrategia: Se debe utilizar la fecha del 2 de noviembre como el día más esencial para el turismo en el Barrio San Diego, en el cual se identifique al sector como el más importante en el tema de conmemoración de difuntos, expresándolo a través de arreglos florales, desfiles, narración de historias, interpretaciones teatralizadas y ferias en las calles del barrio que comercien flores, artesanías y gastronomía típica y gastronomía estacionaria.

Estrategia: Asimismo, se recomienda organizar eventos artísticos y culturales en las plazas del barrio: (plaza de San Diego y plaza Victoria), en las fiestas del barrio (13 y 14 de noviembre)., en donde el tránsito vehicular estará restringido en los días conmemorativos para facilitar el ingreso peatonal. Además, se reforzarán las actividades culturales, artísticas y sociales a través de las fiestas barriales con la intervención de grupos culturales, para la utilización de espacios públicos con motivos turísticos.

Estrategia: Por otro lado, se podría impulsar el uso de carrozas coloniales desde el CHQ hasta el Barrio San Diego, conformándose como una atracción turística, enlazando así la al barrio con la Plaza Grande y otros atractivos.

Estrategia: Las rutas especializadas y actividades culturales deben ser analizadas, evaluadas y desarrollados por empresas privadas (agencias de viajes) e instituciones educativas de tercer nivel (universidades), para ello, es necesario que se den alianzas entre la comunidad y las instituciones para un beneficio mutuo.

5. La función del ciudadano de San Diego en turismo

El rol que debe desempeñar el ciudadano de San Diego que esté interesado en laborar ofreciendo servicios de turismo es: el de una persona que han pasado su vida en el sector y que se ha constituido como la vivencia histórica del barrio, puesto que, la motivación para realizar turismo en el barrio es el turismo cultural y turismo urbano. Es importante recalcar que no todos los habitantes del lugar van a querer laborar en turismo, estos ciudadanos, si son bien informados, no obstaculizarían la actividad, puesto que pueden realizar actividades complementarias al turismo, del mismo modo, existe otro escenario en el cual los habitantes del barrio no quieran participar en turismo y consideren que el turismo puede traer consecuencias negativas (2.1% de la muestra considera que el turismo puede traer consecuencias negativas y tampoco le gustaría trabajar ofreciendo actividades turísticas en San Diego), por lo tanto con ese grupo de ciudadanos no se podría laborar. Por otra parte, una de las preguntas de la encuesta enuncia: ¿Cuánto esperaría ganar al

mes, ofreciendo servicios turísticos?, y los resultados obtenidos son, 100$ (15%), 200$ (17%), 300$ (20%) y más de 300$ (48%), pero alcanzar esta cantidad de dinero ofreciendo actividades turísticas al comienzo de la operatividad es muy complicado. Por otro lado, existen actividades comerciales como la venta de las flores, venta de lapidas y artesanías, en donde, es muy difícil ganar una fuerte suma de dinero al mes, para estas personas el turismo encaja como una actividad complementaria ideal, y para estos comerciantes es adecuado realizar rutas especializadas (rutas de turismo urbano).

Estrategia: Tomar ventaja de la imagen del CHQ (el casco colonial más grande y mejor conservado de Sudamérica y primer patrimonio cultural de la humanidad), para acoplar al Barrio San Diego a la oferta turística existente del centro histórico. Sin embargo, los ciudadanos como eje fundamental para esta línea de acción, deben tener aptitudes para contribuir al desarrollo de la planificación, por ello se debe impulsar las destrezas de la organización vecinal, por medio de herramientas apropiadas a sus necesidades a fin de que sus aportaciones sean constantes, estas herramientas también deben servir para facilitar la comunicación entre el Municipio y el barrio. No se puede dejar de lado que se debe sensibilizar al ciudadano, turista nacional e internacional, la importancia patrimonial y cultural del sector.

Estrategia: Se tienen que generar expectativas coherentes con la realidad del país, del mismo modo, trabajar en la formación del personal del sector turístico para ofrecer un servicio turístico de calidad, también fortaleciendo la concientización de la comunidad sobre el cuidado del patrimonio cultural.

Estrategia: El Municipio de Quito debe realizar capacitaciones a los habitantes de San Diego, para que ellos sean los agentes de la recuperación de sus espacios y aprendan como se atiende al turista.

4. CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El barrio San Diego cuenta con un enorme paquete de recursos turísticos a causa de su patrimonio histórico y cultural, en donde sus moradores se caracterizan por ser gente trabajadora y que está dispuesta a laborar ofreciendo servicios de turismo a fin de contribuir a un desarrollo positivo del sector. Sin embargo, no ven al turismo como una actividad de tiempo completo, en cierto modo lo perciben más como una actividad complementaria a sus trabajos habituales.

Existen varias percepciones negativas por las cuales los habitantes de San Diego son calificados como personas de bajos recursos económicos, lo cual es incorrecto, son las organizaciones que se ubican en el barrio las que originan mendicidad y pobreza, produciendo una imagen de indigencia a todo el sector. En el barrio existe una carencia de varias edificaciones importantes para la subsistencia de cualquier sector (hospitales, unidades educativas, unidades de policía comunitaria, entre otros), lo cual ha causado en varios pobladores la necesidad de migrar a barrios periféricos de la ciudad. Toda la importancia turística y cultural que tiene el barrio no ha alcanzado que los turistas nacionales y extranjeros le den el interés del cual es digno y entre las razones principales se encuentra la carencia de información, promoción turística y la falta de servicios turísticos. Otra causa para que le turismo no se desarrolle adecuadamente, es la mala infraestructura que tiene el barrio, lo cual es primordial para ofrecer un buen servicio de turismo. El incumplimiento de las autoridades en el aspecto del aseo del barrio ocasiona una mala imagen para los visitantes. A estos conflictos se le suma la inseguridad que no facilita el progreso de esta actividad. Para mitigar este problema en el corto plazo es indispensable la participación constante de la Policía Nacional y Metropolitana, colaborando en escoltar al turista y brindando charlas de seguridad a los habitantes de San Diego.

Este barrio al ser un lugar remoto al centro histórico genera una falta de interés para las autoridades municipales en el ámbito social, cultural, histórico, ambiental y arquitectónico, adicionalmente se dificulta la conexión de la oferta turística existente del CHQ y la del barrio San Diego. En este caso no solo el Municipio de Quito tiene la responsabilidad para que progrese el barrio, los habitantes de San Diego también son los encargados de ayudar al beneficio del barrio, pero el sector presenta contingencias geográficas que dificultan la unión vecinal, convirtiéndose en uno de las complicaciones

más graves del sector, porque, para cualquier proceso de recuperación de espacios públicos es necesaria la participación ciudadana.

Puesto que San Diego es un lugar valioso en historia y cultura, es fundamental el desarrollo de actividades que fortalezcan la identidad del barrio, involucrando a los ciudadanos que usan a diario los espacios públicos del sector, impulsando así la solidaridad entre vecinos. Uno de los problemas más considerables para el barrio es la contaminación del aire, por eso se sugiere el uso de la bicicleta, caminar o la gestión de un plan de movilidad para llevar a cabo la implementación de una línea de bus que se movilice por el barrio, medidas que contribuirían a la reducción de emisiones de CO2 provocados por el traslado de transportes particulares. Las capacitaciones a los habitantes del sector es un factor esencial para el incremento del turismo, en esta cuestión no implicaría si el ciudadano trabaja o no en turismo, el conocimiento de cómo atender a un turista concierne a toda la población, la finalidad de las charlas es laborar en conjunto para alcanzar la preservación del patrimonio cultural y el perfeccionamiento urbanístico del sector. Se enfatiza que los conflictos estructurales y sociales que se encuentran en el sector van más allá de la actividad turística puesto que se aprecia la necesidad de un proyecto de resolución a zonas conflictivas del barrio.

En este caso el turismo puede ayudar a resolver los problemas del barrio, pero se necesita de estímulos sociales, políticos y económicos para que se recupere el lugar. En un corto plazo es difícil que un solo proyecto turístico enmiende todos los conflictos del sector, debido a que el sistema turístico de San Diego no funciona de manera armoniosa, pero si el barrio se cohesiona socialmente facilitaría el progreso de las estrategias planteadas. El objetivo principal de esta investigación fue evaluar la potencialidad para el turismo en San Diego como una alternativa de recuperación utilizando la participación ciudadana y se comprobó que en el barrio no existe una cohesión social efectiva, ocasionando así, que la potencialidad turística de San Diego sea parcial.

Para próximas investigaciones se recomienda estudios similares en barrios del CHQ, como: San Roque, La Colmena, El Tejar, Dos Puentes y El Placer, que tiene características geográficas, sociales, históricas y culturales a San Diego. Es pertinente, indagar a fondo la percepción de los turistas sobre el criterio con el que valoran a los servicios, atractivos y destino en general.

Por otro lado, uno de los temas que surgió al momento de plantear estrategias de mejora en esta investigación es: “la elitización del turismo”, inquietud que nació al indagar los requisitos que solicita Quito Turismo, para emprender turismo en esta ciudad. ¿Cómo esto limita o beneficia al turista y al prestador de servicios turísticos en el CHQ? Esta es una pregunta que podría resolverse en otros estudios.

No se puede dejar de lado estudios anteriores sobre el barrio, los cuales aportaron a la parte cualitativa de esta investigación y probablemente sirvan para futuros aportes al beneficio de San Diego, menos aún se puede dejar de hacer investigaciones turísticas relacionadas al barrio, ya que su importancia nos permite tener información actualizada para acciones más concretas. Por último, es beneficioso investigar particularmente al lugar desde el ámbito social, cultural, histórico, para producir diagnósticos que colaboren a la recuperación del sector.

5. BIBLIOGRAFÍA

About Español. (2016). *Design District un barrio singular de Miami*.Recuperado de https://www.aboutespanol.com/design-district-un-barrio-singular-de-miami-3889212

Arriagada, C. (2017). Reconfiguracion urbana en ciudades globales emergentes de Norte y Sur América: Miami y Buenos Aires. *Revista Electrónica UACh,* (22), 33-39. Recuperado de http://revistas.uach.cl/index.php/aus/article/view/794

Betzano, A., Alcalá, E., y Aldana , L. (2015). *Bases para la construcción de un indice de cohesión social vecinal.* Mexico Evalúa. Recuperado de https://www.mexicoevalua.org/2015/09/25/bases-para-la-construccion-de-un-indice-de-cohesion-social-vecinal/

Bonilla, M. (18 de marzo de 2016). Regeneración de las Palmas no incluyó a toda la playa. *El Comercio*. Recuperado de Regeneración de las Palmas no incluyó a toda la playa: https://www.elcomercio.com/actualidad/regeneracion-palmas-playa-esmeraldas-malecon.html

Boullon, R. (2006). *Planificación del espacio turístico.* México, D. F: Trillas. Recuperado de https://www.entornoturistico.com/planificacion-del-espacio-turistico-de-roberto-c-boullon-pdf/

Camacho, M., García, E., Ortigosa, M., y Bacci, M. (2011). Lineamientos para el desarrollo del turismo desde la participación ciudadana. caso de estudio: la cañada de urdaneta, estado zulia, Venezuela. *Provincia,* (27). Recuperado de http://www.fau.ucv.ve/trienal2011/cd/documentos/cs/CS-6.pdf

Cárdenas, F. (2014). *Las relaciones de vecindad y la regeneración urbana en Guayaquil. Caso: escalinatas del Cerro Santa Ana* (tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolivar. Recuperado de http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/4190

Carrión, F., Cifuentes, C., del Pino, I., Enriquéz, F., Kingman, E., Naranjo, F., y Yepes, H. (1990). *Centro Histórico de Quito Problemática y Perspectivas.* Quito: Fraga.

Chancosa, J. (2013). Cementerio de San Diego Quito. *Cementerios Nacionales*. Recuperado de https://es.scribd.com/document/188405224/cementerio-san-diego-quito-pdf#

Del Pilar, M. (2013). *Arquitectura colonial latinoamericana.Convento de San Diego*. Scribd. Recuperado de https://es.scribd.com/document/149747409/Convento-San-Diego

Distrito Metropolitano de Quito. (2012). *Plan de desarolllo Metropolitano 2012-2022.* Recuperado de http://www.quito.gob.ec/documents/Plan_Metropolitano_desarrollo_2012-2022.pdf

Echeverría, A., y Labanda, M. (2006). *Diseño de una agencia de viajes IATA y de turismo nacional en el Centro Histórico de Quito.* Escuela Politecnica Nacional . Recuperado de https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/116/1/CD-0131.pdf

Ecos Travel. (2018). *Museo y convento de San Diego*. Recuperado de https://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/museo-san-diego-quito.php

El Ciudadano. (27 de Mayo de 2016). Recuperado de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818802487

Encuesta Multipropósito. (2016). *Instituto de la ciudad.* Recuperado de https://www.institutodelaciudad.com.ec/informacion-estadistica/182-encuesta-multiproposito-en-el-chq.html

Espejo, R. (2009). Desarrollo humano y participación comunitaria. *Polis Revista Latinoamericana*, (23), 1-16. Recuperado de https://journals.openedition.org/polis/1767

Espinosa, M. (2004). *San Diego: Memoria histórica y cultural.* Quito: Municipio del Distrito Metropolitano .

Gergel, L. (2019). *Jamil Mahuad: biografía y obras.* Tiempo de Política. Recuperado de https://tiempodepolitica.com/c-ecuador/jamil-mahuad/#Como_alcalde_de_Quito

IMP. (2019). *Programas de inversión para Edificaciones Patrimoniales del Dsitrito Metropolitano de Quito*. Instituto Metropolitano de Patrimonio. Recuperado de http://www.patrimonio.quito.gob.ec/index.php/servicios-ciudadanos/recupera-tu-casa

Instituto de la Ciudad. (18 de Enero de 2018). *Dinámicas demográficas en el Centro Histórico de Quito*. Recuperado de http://www.institutodelaciudad.com.ec/coyuntura-sicoms/186-dinamicas-demograficas-en-el-centro-historico-de-quito.html#ftnref1

Instituto de la Ciudad. (15 de Febrero de 2018). *La Vivienda en el Centro Histórico de Quito*. Recuperado de http://www.institutodelaciudad.com.ec/coyuntura-sicoms/187-la-vivienda-en-el-centro-historico-de-quito.html

Instituto de la Ciudad. (5 de Marzo de 2018). *Movilidad humana y residencia en el Centro Histórico de Quito.* Recuperado de http://www.institutodelaciudad.com.ec/noticias/190-movilidad-humana-y-residencia-en-el-centro-historico-de-quito.html

IPANC. (2006). Patrimonio Cultural en la Tradición de Finados. *FLACSO.* Recuperado de https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53542.pdf

Jiménez, M. (2012). *El turismo urbano como estrategia de desarrollo sostenible. análisis de cuatro ciudades Andaluzas*(teis doctoral). Universidad de Málaga. Recuperado de http://www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/16276644.pdf

Jurado, M. (2016). El Programa de Recuperación de Barrios: hacia un enfoque participativo de la renovación urbana. *Revista de Arquitectura*, (21). Recuperado de https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:btrklJV3fyAJ:https://dearquitectura.uchile.cl/index.php/RA/article/download/42539/46235/+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

Medina , A. (2 de Septiembre de 2017). *Los tour en Ecuador son más caros que en los países vecinos.* El Comercio. Recuperado de https://www.elcomercio.com/actualidad/tours-ecuador-precios-viajes-turismo.html

Meneses, J. (2012). Padre Almeida. *Mitos, Cuentos y Leyendas de Latinoamérica*. Recuperado de http://ve-oea09latinoamerica.blogspot.com/2012/03/leyenda-del-padre-almeida.html

MIDUVI. (2014). *Subsecretaría de hábitat y asentamientos urbanos.* Recuperado de https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/PROYECTO-CENTRO-HIST%C3%93RICO-reformulaci%C3%B3n-dictamen-2015.pdf

Ministerio de Gobierno. (2019). *70 comerciantes del Mercado San Roque buscan soluciones de seguiridad ciudadana junto a uniformados.* Ministerio de Gobierno. Recuperado de https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/70-comerciantes-del-mercado-san-roque-buscan-soluciones-de-seguridad-ciudadana-junto-a-uniformados/

Municipio Metropolitano de Quito. (2015). Áreas Históricas. *Diagnóstico Estratégico.* Recuperado de http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Sesiones%20del%20Concejo/2015/Sesi%C3%B3n%20Extraordinaria%202015-02-13/PMDOT%202015-2025/Volumen%20I/7.%20Diagn%C3%B3stico%20%C3%81reas%20Hist%C3%B3ricas.pdf

Museos de Quito. (2015 de Mayo de 2015). Recuperado de Convento de San Diego: http://museosquitoecuador.blogspot.com/2015/05/convento-de-san-diego.html

Nuevo Cauca. (22 de Junio de 2016). *Se socializará con las comunidades el proyecto de conseción Popayán_Santander de Quilichao.* Reuniones de Socialización del Proyecto-Comunicado de Prensa. Recuperado de https://www.nuevocauca.com/reuniones-socializacion-del-proyecto-comunicado-prensa/

Oleas, D. (2017). *Alianza Público-Privadas y desarrollo territorial.* Flacso Andes. Recuperado de https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/57078.pdf

Ortega, J. (2014). *Regeneración urbana, discurso patrimonial oficial y segregación social en la Av. 24 de Mayo.* Universidad Andina Simón Bolívar. Recuperado de http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/4292

Ortiz, G., Aledo, A., y García, H. (2014). La participación ciudadana como instrumento para la planificación e investigación social en turismo. *Revista Iberoamericana de Turismo,* (4). Recuperado de http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur

Oviedo, M. (2014). *Centro histórico de Quito: Cambios en la configuración residencial y usos de suelo urbano asociados al turismo.* Pontificia Universidad Católica de Chile. Recuperado de http://estudiosurbanos.uc.cl/images/tesis/2014/MHM_Soledad_Oviedo.pdf

Paz, J. (2015). *Bulevar de la 24 de Mayo, entre la tercerización económica y el control social del centro histórico de Quito.* Recuperado de https://elcanelazodelaciudad.files.wordpress.com/2015/09/05-paz-buolevar-24-mayo.pdf

Picco, T. (2016). *Sistema articulador de áreas verdes: Centro Histórico de Quito.* Universidad Central del Ecuador. Recuperado de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:XSgpUKBPayIJ:www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10138/1/T-UCE-0001-0383.pdf+&cd=2&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec

Polco. (2014). *Policia Comunitaria Manual de Gestión Administrativa y Operativa.* Ministerio del Interior. Recuperado de https://www.policiaecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/06/INSTRUCTIVO-DE-CUIDADO-Y-MANTENIMIENTO-DE-UPC-36-PAGINAS-1.pdf

Quito Turismo. (2015). La experiencia del destino turístico Quito en cifras. *Folleto de cifras turísticas.* Recuperado de https://www.quito-turismo.gob.ec/phocadownload/EstadisticasUIO/Quitoencifras/quito%20en%20cifras%202.pdf

Rodríguez, J. (2009). *Turismo urbano y sistema territorial Almería, modelo emergente.* Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3126870.pdf

Romero, E. (8 de Septiembre de 2018). Quito, la primera ciudad del mundo en ser declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad. *RT*. Recuperado de https://actualidad.rt.com/actualidad/287934-ecuador-quito-cuarenta-aniversario-patrimonio-humanidad

Sancho, A. (2011). *Introducción al Turismo.* OMT. Recuperado de http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf

Sanz, E. (2016). *El turismo urbano como agente de transformación del "producto ciudad"* (teis de maestría). Universidad Politécnica deValencia. Recuperado de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/62238/Memoria.pdf?sequence=1

Serrano, F., y Rausell, P. (2005). *Una aproximación al turismo urbano: el valor de la ciudad empaquetada en el caso de Valencia*. Valencia: Universidad de Valencia. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3126870.pdf

Tamayo, D. (2013). *Mercado de turismo cultural y el valor patrimonial del Centro Histórico de Quito.* Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6107/T-PUCE-6344.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Taques , E., Tupiza, D., Andagoya, l., Alcocer, D., Sierra, E., Perachimba, J., y Rodríguez , J. (2012). *Revitalización de la memoria Histórica sobre la toma de tierras en el Cantón Cayambe.* Universidad Politécnica Salesiana. Recuperado de https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3556/1/UPS-QT03121.pdf

Tejada, S. (2010). *Propuesta para el mejoramiento turístico del barrio San Diego, como nueva atracción turística del Centro Histórico de la ciudad de Quito*. Universidad Tecnológica Equinoccial. Recuperado de http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1662

Troitiño, M. (2013). La protección, recuperación y revitalización funcional. *Colección Mediterráneo Económico: "Ciudades, arquitectura y espacio urbano"*, (3), 131-160. Recuperado de http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/3/3-24.pdf

Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. Recuperado de http://nulan.mdp.edu.ar/2208/

Vásquez, D., Osorio, M., Arellano, A., y Torres, J. (2013). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Revista-Investigaciones Turisticas,* (5). Recuperado de http://hdl.handle.net/10045/29118

Vega, C. (2013). *La Pasión en el Convento de San Diego: San Diego, su historia, su uso y su arte.* Universidad San Francisco de Quito. Recuperado de http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1363/1/104880.pdf

Vidal, A., y Martínez, J. (2012). *Metodología para la recuperación de espacios públicos. San Salvador:* Universidad Tecnológica de El Salvador. Recuperado de http://www.utec.edu.sv/media/investigaciones/files/1.Metodologiaparalarecuperaciondeespaciospublicos.pdf.pdf

Zandumbilde, L. (2012). *Los espacios de la muerte en Quito: sitios de inhumación y campo funerario.* FLACSO. Recuperado de https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/9178

6. ANEXOS

Anexo N°1: Encuesta

Encuesta	Pontificia Universidad Católica del Ecuador

1.- ¿Cree usted que el Barrio San Diego tiene potencialidad turística?			
Si		No	
¿Por qué?			
2.- ¿Ha participado previamente ofreciendo servicios turísticos?			
Si		No	
¿Cuales?			
3.- ¿Estaría dispuesto a ofrecer servicios turisticos en el Barrio San Diego?			
Si		No	
Si su respuesta es no pase a la pregunta 8.			
4.- ¿Qué tipo de servicio turístico podría ofrecer ?			
Alojamiento/Hospedaje		Servicios de transporte	
Servicios alimenticios		Artesanias/Souvenirs	
Servicios de guianza		Otro:	
5.- ¿Por qué razones estaría dispuesto brindar servicios turísticos?			
Desarrollar emprendimiento propio		Mejorar la calidad de vida en el barrio	
Mejorar cohesión social entre los vecinos		Obtener mayores ingresos económicos	
Otro:			
6.- ¿Cuánto tiempo al día estaría dispuesto a dedicarle al servicio turístico?			
1 hora			
Entre 2 y 4 horas			
Entre 4 y 6 horas			
Entre 6 y 8 horas			
Más de 8 horas			
7.- ¿Cuánto esperaría ganar al mes, ofreciendo servicios turísticos?			
100$			
200$			
300$			
Más de 300$			
Continúe a la pregunta 9.			
8.- ¿Por qué razones no estaría dispuesto a ofrecer actividades turísticas?			
Poco conocimiento en turismo		Considera a la actividad poco rentable	
Cuenta con un trabajo estable		Otro:	
9.- ¿Considera que el turismo pudiera traer consecuencias negativas?			
Si		No	
Cuales:			

10.- De acuerdo con las siguientes afirmaciones indique su nivel de agrado(5=Total acuertdo;1=Total desacuerdo)					
El turismo apoya a la recuperación de espacios públicos.	1	2	3	4	5
El turismo contribuye a la unión en la participación vecinal.	1	2	3	4	5
El turismo ayuda a mejorar la calidad de vida.	1	2	3	4	5

11.- ¿Cuánto tiempo lleva viviendo en San Diego?						
Menos de un año	1 año	de 2 a 4 años	de 4 a 6 años	de 6 a 8 años	de 8 a 10 años	más de 10 años

12.- ¿Cuál cree usted que es el problema más grande de su barrio? Ordene de acuerdo a la importancia	
Pobreza/Marginalidad	
Delincuencia e inseguridad	
Comercio informal	
Basura e insalubridad	
Deterioro de edificaciones e infraestructura	
Contaminación del aire	
Contaminación auditiva	
Otro	

13.- ¿Los vecinos se reunen para tomar decisiones sobre el barrio?	
Si	No
¿Por qué?	

14.- ¿Se han llevado a cabo acciones en conjunto, para el progreso del barrio?	
Si	No
¿Cuáles?	

Perfil del encuestado					
Actualmente usted:					
Tiene una profesión		¿Cuál?			
Realiza un oficio		¿Cuál?			
No tiene un actividad laboral					
El trabajo que usted realiza es:					
Remunerado/		Su sueldo es	Inferior al sueldo básico	Sueldo básico	Superior al sueldo básico
Voluntariado					
Emprendimiento propio		Su ganancia mensual es	Inferior al sueldo básico	Sueldo básico	Superior al sueldo básico
Otro			Cuál?		
Género	Masculino:	Femenino:		Otro:	
Edad:					
Nivel de estudios	Pirmario	Secundario		Educación Superior	

Anexo N°2: Entrevista N°1
Nombre: Felicia Guerra

Cargo/Oficio: Directora del Museo del Padre Almeida

Fecha: 17/06/2019

1.- ¿Cuál es su percepción general de la situación del Barrio San Diego?

Existe mucha delincuencia producto de la llegada de ciudadanos extranjeros, además de problemas como mala recolección de basura.

2.- Desde su perspectiva ¿Qué otras opciones además del turismo tienen el Barrio San Diego, para que se dé una recuperación de sus espacios públicos?

Una buena opción que se da, es la manera en cómo recolectan fondos los padres franciscanos, un ejemplo de ello son las fiestas franciscanas y día de los difuntos, en donde venden colada morada y llegan a recaudar una importante cifra de dinero.

3.- ¿Cuáles son los retos más grandes que tiene San Diego en el ámbito turístico?

El turismo en San Diego es muy flojo, de 4 a 5 semanas que el museo se encuentra vacío, el CHQ tiene turismo, San Diego no lo tiene, existe muy mala publicidad. Si las agencias de viajes no realizan sus visitas guiadas al museo no viniera nadie. Quito turismo trae a la mayoría de turistas al lugar y además viene con policías para tomar precauciones con los turistas.

4.- El turismo es un factor de desarrollo social y económico, pero, ¿Estima usted que el turismo es un factor para la recuperación de espacios públicos?

Si, porque hay muy buenos atractivos y tienen mucho potencial, pero para proteger a esos atractivos se debe trabajar con la policía.

5.- ¿En qué medida cree usted que los ciudadanos de San Diego puedan ofrecer actividades turísticas?

Los ciudadanos podrían realizar diferentes actividades como manualidades, artesanías y comidas típicas.

6.- En relación a la cohesión social ¿Cree usted que es posible que se dé una unión conveniente entre los vecinos del Barrio San Diego, con la finalidad de establecerse como un barrio turístico?

Si, porque las reuniones para la toma de decisiones son muy importantes, el problema es que el barrio no es muy unido.

7.- ¿Qué estrategias utilizaría usted para el crecimiento del turismo en San Diego?

Más publicidad, que se difunda por diferentes medios como televisión y periódicos, existe muy poca publicidad para el barrio en este momento. Se debe unir a la publicidad del CHQ a la publicidad de San Diego.

8.- ¿De qué manera cree usted que se puede acoplar una futura oferta turística de San Diego, con la oferta turística del Centro Histórico de Quito?

Si no existe una publicidad actual es muy difícil acoplarla con la publicidad del CHQ, por eso es importante primero realizar una publicidad propia del barrio para luego acoplarla con la del CHQ.

Anexo N°3: Entrevista N°2
Nombre: Jorge Vega

Cargo/Oficio: Presidente del comité barrial

Fecha: 17/06/2019

1.- ¿Cuál es su percepción general de la situación del Barrio San Diego?

Antes este barrio era temido por la delincuencia que se vivía, ahora mucha de esa delincuencia se da por la presencia de venezolanos que van al albergue San Juan de Dios, entonces la migración es una de los problemas más grandes, donde se necesita la ayuda del gobierno. En general mi percepción de San Diego es de inseguridad

2.- ¿En qué proyectos están trabajando para el beneficio social y económico del lugar?

Estamos impulsando a la recuperación del parque, hay muchos vecinos que apoyan a este proyecto, pero sin la ayuda de las autoridades es muy difícil llevar a cabo cualquier proyecto. Además, se implementaron muros rompe velocidades, se conversó con la policía para trabajos en conjunto y vigilancia comunitaria.

3.- Sin el apoyo de las autoridades municipales y zonales, varios proyectos que se planearon no se podrían llevar a cabo ¿Cuál es la relación que tiene el comité barrial con las autoridades?

Es muy difícil el encontrar a las personas con las cuales conversar, las autoridades no se han preocupado mucho por el progreso del barrio. El municipio invirtió un total de 18000$ en los juegos infantiles para el parque, cifra que no es justificable. Se realizarían mejores proyectos si los ciudadanos seriamos los que manejamos el dinero.

4.- La participación de los ciudadanos es un factor fundamental para un desarrollo oportuno de un barrio ¿Se han llevado a cabo acciones en conjunto, para el progreso del barrio?

Hay personas que, si participan en las acciones en conjunto para el barrio, pero también son muchas personas que no quieren ni les interesa el ayudar al barrio.

5.- Desde su perspectiva ¿Qué otras opciones además del turismo tienen el Barrio San Diego, para que se dé una recuperación de sus espacios públicos?

El negocio de la venta de las flores es muy productivo, comidas típicas y lapideros son opciones que se han llevado a cabo por años, pero el negocio de las flores con más apoyo es importante y tiene futuro.

6.- ¿Cuáles son los retos más grandes que tiene el Barrio San Diego?

El barrio sufre con problemas de drogas, para eso se debe trabajar con las autoridades para erradicar esta mala actividad. Además, el barrio necesita más comercio.

7.- ¿En qué medida cree usted que los ciudadanos de San Diego puedan ofrecer actividades turísticas?

El barrio se podría aliar al Quito Tour Bus y trabajar brindando servicios como alimentos a los turistas que vinieran en este transporte, lo que pasa es que no hay un impulso a la industria del turismo por parte del poder político.

8.- En relación a las acciones en conjunto del barrio ¿Cree usted que es posible que se dé una unión conveniente entre los vecinos del Barrio San Diego, con la finalidad de establecerse como un barrio turístico?

Si se podría dar la oportunidad seria optimo, pero no hay nadie que ofrezca esta unión.

9.- Acorde a la situación que usted detalló anteriormente ¿Qué consecuencias negativas pudiera traer el turismo a San Diego?

Desde mi punto de vista el turismo no traería consecuencias negativas al barrio.

Anexo N°4: Entrevista N°3
Nombre: Guadalupe Panchi

Cargo/Oficio: Directora del proyecto Chakiñan UIO La Colmena

Fecha: 12/06/2019

1.- ¿Cuál es su percepción general de la situación del Barrio San Diego?

Inseguridad, el albergue San Juan de Dios atrae mucha migración hacia el sector y ya lleva así por más de 2 años, en general hay mucha inseguridad.

2.- Desde su perspectiva ¿Qué otras opciones además del turismo tienen el Barrio San Diego, para que se dé una recuperación de sus espacios públicos?

Se debe recuperar los espacios para el uso del arte y la cultura, e incorporara los vecinos para que realicen actividades culturales, se podrían realizar talleres de manualidades como un ejemplo, pero se necesita más comunicación entre las personas del barrio.

3.- ¿Cuáles son los retos más grandes que tiene San Diego en el ámbito turístico?

No hay una percepción de turismo, ya que toda percepción que existe es opacada por la percepción de inseguridad. Además, se debe mejorar los temas de movilidad ya que en el barrio no existe una línea de bus. No hay espacios de áreas verdes apropiados

4.- El turismo es un factor de desarrollo social y económico, pero, ¿Estima usted que el turismo es un factor para la recuperación de espacios públicos?

No, porque si no se hay una apropiación se da gentrificación, pero la recuperación de espacios para el turismo es una opción para la comunidad.

5.- ¿En qué medida cree usted que los ciudadanos de San Diego puedan ofrecer actividades turísticas?

De un 30% a un 40%, ya que los ciudadanos no tienen una visión del lugar donde se encuentran, los ciudadanos deben apropiarse del lugar en el que habitan.

6.- En relación a la cohesión social ¿Cree usted que es posible que se dé una unión conveniente entre los vecinos del Barrio San Diego, con la finalidad de establecerse como un barrio turístico?

Es un barrio fragmentado, hay muchas personas que tienen interés en trabajar en conjunto o en actividades turísticas y hay personas que no tienen nada de interés en estas actividades.

7.- ¿Qué estrategias utilizaría usted para el crecimiento del turismo en San Diego?

Se pediría la ayuda de la policía nacional para que se recuperen los espacios públicos, además se trabajaría con la comunidad para darle más identidad al barrio.

8.- ¿De qué manera cree usted que se puede acoplar una futura oferta turística de San Diego, con la oferta turística del Centro Histórico de Quito?

Es importante bajar los estándares de calidad que impone Quito Turismo. Y además se debe erradicar la percepción de inseguridad que existe en el barrio. El turismo que se ofrezca no debe ser solo para personas apoderadas, se debe permitir que todas las personas participen ofreciendo y realizando actividades turísticas.

9.- Acorde a la situación que usted detalló anteriormente ¿Qué consecuencias negativas pudiera traer el turismo a San Diego?

Todo trae consecuencias y siempre van a existir problemas, la delincuencia es el problema más grande a solucionar, la contaminación que tiene el barrio es otro factor a considerar.

Anexo N°5: Entrevista N°4
Nombre: Rina Arteaga

Cargo/Oficio: Directora de la Cofradía del duende

Fecha: 28/08/2019

1.- ¿Cuál es su percepción general de la situación del Barrio San Diego?

Se debe trabajar en la recuperación de todos los barrios de Quito, todos son diferentes y tienen diferentes dimensiones, para mi es importante trabajar en la memoria histórica de cada barrio, se deben rescatar los atractivos de San Diego y el mercado de San Roque a través de las memorias de estos lugares. Falta mucha investigación, se debe trabajar con la memoria viva que son las personas, como los lapideros y las vendedoras de flores.

2.- Desde su perspectiva ¿Qué otras opciones además del turismo tienen el Barrio San Diego, para que se dé una recuperación de sus espacios públicos?

Se debe estudiar a la población y a sus prácticas sociales y religiosas, no se puede dar opciones para el turismo sin conocer que podrían realizar los ciudadanos de San Diego, es necesario conocer las potencialidades para que se generen empleos. No se puede intervenir en un sector sin conocer a la gente.

3.- ¿Cuáles son los retos más grandes que tiene San Diego en el ámbito turístico?

Levantando un diagnóstico, se pueden conocer los retos más grandes que tiene el barrio. La delincuencia es uno de los más evidentes, existe una falta de garantías e incentivos a la producción por parte de las autoridades (MIESS), sin políticas sociales de producción no se puede garantizar un buen producto turístico.

4.- El turismo es un factor de desarrollo social y económico, pero, ¿Estima usted que el turismo es un factor para la recuperación de espacios públicos?

Con lógica se puede realizarlo o no. No solo con espacios se puede hacer turismo.

5.- ¿En qué medida cree usted que los ciudadanos de San Diego puedan ofrecer actividades turísticas?

Los ciudadanos son los dueños de la información y del espacio y de lo que sucede en el lugar, con el uso histórico, historias barriales y depende de la profundidad de la memoria. Se debe ver más allá del turismo, se debe configurar nuevas historias y practicas cotidianas que estén a cargo de los mismos habitantes del sector y no se debe perder estos lugares clásicos.

6.- En relación a la cohesión social ¿Cree usted que es posible que se dé una unión conveniente entre los vecinos del Barrio San Diego, con la finalidad de establecerse como un barrio turístico?

Se necesita el apoyo de las autoridades. Con intenciones no se logra nada. Sin un sistema de promoción de espacios turísticos, además de ordenanzas. El mismo mercado de San Roque sería un gran atractivo con una buena gestión, pero se ignora el potencial que tiene.

7.- ¿Qué estrategias utilizaría usted para el crecimiento del turismo en San Diego?

Primero se debe realizar un inventario de los lugares turísticos de San Diego. Es importante quitar el miedo al cambio que tienen las personas.

8.- ¿De qué manera cree usted que se puede acoplar una futura oferta turística de San Diego, con la oferta turística del Centro Histórico de Quito?

A través de la historia y la recuperación de la memoria.

9.- Acorde a la situación que usted detalló anteriormente ¿Qué consecuencias negativas pudiera traer el turismo a San Diego?

El turismo puede ser repetitivo, además de que el turismo interno es casi nulo, se debe dar más conocimiento a los mismos quiteños de los lugares que se pueden visitar. Existe una mala calidad de información en los mismos guías de turismo en el CHQ. Se debe dejar de ver al turismo como un negocio.

Anexo N°6: Actividades del grupo focal

Una buena tarde con todos los participantes, muchas gracias por estar aquí. Hoy el 27 de Agosto del 2019, a las ……pm de la tarde, nos encontramos en la sala de juntas vecinal

del Barrio San Diego para realizar este grupo focal que tiene que ver con sus expectativas de progreso para el barrio.

Antes de comenzar las actividades, planteadas se les solicitará a los participantes que se presenten (digan su nombre, edad y tiempo que viven en San Diego).

Ahora comenzaremos con la actividad de lluvia de ideas, para lo que desearía que respondan con las primeras palabras u oraciones que se tengan en mente. Recuerden todas sus ideas son válidas.

- Describa fortalezas del barrio.
- Describa problemas del barrio.
- ¿Qué cree que le falta al barrio?

Después de las lluvias de ideas, realizaré preguntas que necesitarán una respuesta más detallada.

- Si tuviera el presupuesto necesario ¿qué es lo que haría por tu barrio?
- ¿Qué acciones tomarían para contrarrestar la delincuencia y marginalidad del sector?
- ¿Considera usted que el barrio se encuentra en condiciones para recibir turistas?
- ¿Considera que el turismo hará que las autoridades tomen conciencia para la recuperación y rehabilitación de San Diego?
- ¿Cree que el turismo puede ser un factor para que disminuya la delincuencia en el sector, o será todo lo contrario?
- ¿Cree que, si el turismo llega a San Diego, los precios que ofrecen los distintos comerciantes se elevarán o se mantendrán?
- ¿Considera que el turismo traerá más fuentes de empleo al barrio?

A continuación, les expondré los resultados de mi encuesta, con el fin de que me brinden su criterio sobre la opinión popular. El objetivo es conocer si están de acuerdo o en desacuerdo con los datos que se han obtenido previamente de los mismos ciudadanos de San Diego.

Anexo N°7: Rúbricas de la observación participante

La importancia se medirá de acuerdo al nivel de agrado que se percibe en el turista (5=Total acuerdo; 1=Total desacuerdo; NA=No aplica.).

N°	Factor	Importancia
1	El turista está disfrutando su visita al barrio San Diego.	4
2	La percepción del turista es que visito un lugar espléndido.	4
3	El turista ha notado condiciones de seguridad suficientes en el barrio.	3
4	El turista ha notado que el barrio es insalubre (basura).	3
5	El turista notó que las edificaciones del barrio están en mal estado.	4
6	El turista ha notado pobreza en el sector.	2
7	El turista considera que los habitantes de San Diego son ambles y atentos.	NA
8	El turista considera que la ubicación del Barrio San Diego es conveniente.	4
9	El turista considera que el sector ofrece los servicios turísticos necesarios.	3
10	El turista reconoce a San Diego como un lugar patrimonial.	5
11	Se percibe en el turista que la agradaron los atractivos turísticos del barrio.	5
12	Se nota que el turista tiene intención de regresar a San Diego o recomendar que visiten el mismo.	4
13	El turista se ve conforme con la tarifa cobrada por la actividad turística.	NA
14	El turista se marchó satisfecho con las actividades propuestas.	5
15	El turista se marchó satisfecho con su visita a San Diego.	5