

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mgs. Edison Cupuerán Arias, director de esta disertación, certifico que la srta., Sofía Carolina Trujillo Borja ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "Análisis de las actividades de ocio y turismo en los corredores culturales de La Ronda y San Marcos, Centro Histórico de Quito", de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Mgs. Edison Cupuerán

Quito, 25 de noviembre de 2019



Quito, 25 de noviembre de 2019

Master
Edison Cupuerán
Director de la Escuela de Hotelería y Turismo
Presente

De mi consideración:

Para su conocimiento y fines pertinentes, me permito informarle que la Señorita Sofia Carolina Trujillo Borja, estudiante de la carrera de Ecoturismo, ha concluido su disertación, cuyo tema es "Análisis de las actividades de ocio y turismo en los corredores culturales de La Ronda y San Marcos, Centro Histórico de Quito".

Por la atención que se sirva dar al presente, le anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, which appears to read "Edison Cupuerán", is written over a horizontal line.

Mtr. Edison Cupuerán
Director Disertación



PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Sofia Carolina Trujillo Borja, C.I. 1717554123 autor del trabajo de graduación titulado: "ANÁLISIS DE LAS ACTIVIDADES DE OCIO Y TURISMO EN LOS CORREDORES CULTURALES DE LA RONDA Y SAN MARCOS, CENTRO HISTÓRICO DE QUITO", previa a obtención del título profesional de INGENIERA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL en la Facultad de CIENCIAS HUMANAS:

1. Declaro tener 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, 25 de noviembre del 2019



Sofia Carolina Trujillo Borja

C.I. 1717554123

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**Disertación previa a la obtención del título de Ingeniera en Ecoturismo y
Guía de Turismo Nacional**

**Análisis de las actividades de ocio y turismo en los Corredores Culturales
de La Ronda y San Marcos, Centro Histórico de Quito**

Sofía Carolina Trujillo Borja

Director: Mtr. Edison Cupuerán A.

Quito, noviembre de 2019

RESUMEN

Quito fue la primera ciudad en ser declarada patrimonio cultural de la Humanidad en 1978 por la UNESCO por tener el mejor centro histórico conservado de Sudamérica. Un reconocimiento que conlleva mucha responsabilidad. Este centro histórico es revestido de un patrimonio arquitectónico importante pero también de problemáticas que no han sido tratadas con la seriedad que se debería. El presente trabajo constituye un estudio cuali-cuantitativo denominado “Análisis de las actividades de ocio y turismo en los corredores culturales de La Ronda y San Marcos, Centro Histórico de Quito”, ha buscado identificar los conflictos que existen entre las actividades turísticas con los moradores de las calles “La Ronda y Junín”. El estudio buscó realizar un reconocimiento de los usos actuales de los establecimientos que se encuentran en las dos calles, además de identificar las características sociales, económicas y motivacionales que generan atraktividad para visitantes y turistas. La investigación académica se propuso describir, el perfil de usuarios que acuden a estos espacios. Para obtener la información y como instrumentos de investigación se utilizaron encuestas para conocer la percepción de los moradores y arrendatarios de los predios, con respecto al turismo en los corredores culturales. Se utilizaron observaciones no participantes para determinar las poblaciones de los locales que se dedican al ocio y turismo en los dos sectores. En la etapa de diagnóstico y análisis de datos se realizaron encuestas a los actores involucrados en el sector turístico de cada sector. Se precisó un diagnóstico en relación a la problemática y fortalezas referidas a las actividades de ocio y turismo en esos espacios de la ciudad. Todo ello con el objetivo de proponer estrategias para fomentar las prácticas de ocio y turismo sosteniblemente a corto y mediano plazo. Las estrategias obtenidas fueron pensadas desde los actores involucrados como: emprendedores, autoridades y habitantes de los barrios, así como desde nuestro propio aporte propositivo.

Palabras Claves: ocio, turismo, corredor cultural, patrimonio cultural, centro histórico de Quito, conflictos, estrategias, visitantes, turistas, moradores.

ABSTRACT

Quito, in 1978 was the first city in South America declared Cultural Patrimony of Ecuador by UNESCO. It was called like that, because, Quito has the most preserved down town in the same continent. This recognition is a big responsibility for being the first one, however this down town has problems that have not been treated with the seriousness that should be. This research titled “Analysis of the leisure and tourism activities in the cultural areas of La Ronda and San Marcos; in the historic center of Quito” was performed to identify the problems that exist between the touristic activities and the residents of those streets. A study of the actual use of those areas and spaces was conducted. Then the social, economic and motivational characteristics of the tourist and visitor, who visit these areas was executed. This academic study is for proposing the profile of the users through surveys, interviews and non-participant observations to principal actors of both areas. The strategies were created based on contributions from residents, store owners, and authorities. Those ideas, was done with the objective to propose strategies of sustainable development in the leisure and tourist activities, of both spaces in a short and medium term.

Key Words: activities /ocio/ tourism / problems / strategies/tourist/visitor/residents

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación a Dios por ser mi padre y no abandonarme en el camino para la culminación de una meta más. Él siempre ha estado en momentos de alegría y también de pesar. También dedico este trabajo a los barrios protagonistas para mi investigación “La Ronda y San Marcos” Sectores tan tradicionales de Quito, cuyo bagaje histórico contribuye a la construcción y perpetuación de la identidad de nuestro país y de nuestro hermoso Quito y finalmente dedico este trabajo a dos personas importantes en mi vida cuya partida marco lo que fui y lo que soy hoy por hoy.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por brindarme oportunidades privilegiadas. Privilegiadas porque he tenido la inspiración de mi madre. Quien debo la mayor parte de mi personalidad. Ella me ha enseñado el valor de lo importante. Ella ha sido y siempre será mi Ohana o mi ayllu, ella nunca me ha abandonado y no me ha olvidado a pesar de los problemas y dificultades. Gracias también a mi Universidad; que a través de ella he podido conocer, maestros y amigos que han quedado en mi corazón y cada uno de ellos ha aportado con un conocimiento. Algunos de estas personas aún están conmigo y otras con sus partidas han marcado mi corazón para siempre. Y no menos importante agradezco a mi familia incluida mi perro, que me han dado palabras y ladridos de aliento para seguir y terminar una meta importante en mi vida que me retó más de lo que me imagine.

ÍNDICE

RESUMEN.....	I
ABSTRACT.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTOS.....	IV
ÍNDICE.....	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	VIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	IX
1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES.....	1
1.1. Planteamiento del Problema.....	1
1.2. Objetivos.....	1
1.2.1. Objetivo General.....	1
1.2.2. Objetivos Específicos.....	1
1.3. Justificación.....	2
1.4. Antecedentes.....	3
1.5. Marco Teórico.....	7
1.6. Marco Conceptual.....	12
1.6.1. Ocio:.....	12
1.6.2. Turismo:.....	12
1.6.3. Corredor cultural:.....	12
1.6.4. Gentrificación:.....	12
1.6.5. Patrimonio Cultural:.....	12
1.7. Metodología.....	13
2. CAPÍTULO II: OCIO Y RECREACIÓN EN ESPACIOS PATRIMONIALES EN CASOS DE ESTUDIO DE SUDAMÉRICA.....	18
2.1. Ocio y recreación en espacios patrimoniales.....	18
2.1.1. Conceptualización del ocio y de la recreación.....	18
2.2. Situación actual del ocio y recreación en La Ronda y San Marcos.....	20
2.2.1. Geografía de San Marcos.....	21
2.2.2. Historia de San Marcos.....	22
2.2.3. Geografía de La Ronda.....	22

2.2.4.	Historia de La Ronda.....	23
2.2.5.	Procesos de Gentrificación en La Ronda.....	23
2.2.6.	Áreas Patrimoniales y tipologías de ocio	24
2.3.	Qué se entiende por corredor cultural en la actualidad	25
3.	CAPÍTULO III: DEFINICIÓN DEL PERFIL DEL VISITANTE Y SUS MOTIVACIONES EN LA RONDA Y SAN MARCOS.....	29
3.1.	Percepción de los moradores y propietarios de los predios sobre los corredores culturales de La Ronda y San Marcos	29
3.1.1.	Días de mayor demanda de turistas y/o visitantes.....	29
3.1.2.	Número de personas trabajan en el establecimiento.....	30
3.1.3.	¿Cree usted que la presencia de visitantes y turistas en la zona genera incomodidad e inconformidad a los moradores del sector?	31
3.1.4.	¿Describa el conflicto?	31
3.1.5.	¿Cómo cataloga el funcionamiento de estos locales en la zona?.....	32
3.1.6.	¿Conoce usted algún problema social que afecte al sector turístico del sector? ¿Describa el conflicto?	32
3.2.	Perfil de la oferta de los corredores turísticos	34
3.3.	Percepción de moradores.....	34
3.4.	Perfil del visitante.....	44
3.4.1.	Genero de los encuestados.....	44
3.4.2.	Edad.....	45
3.4.3.	País de origen de visitantes y turistas	45
3.4.4.	Ocupación.....	46
3.4.5.	Motivo de visita.....	47
3.4.6.	Presupuesto.....	47
3.4.7.	Con quien visita La Ronda	48
3.4.8.	Frecuencia de visita	48
3.4.9.	Recomendaría la visita	49
3.4.10.	Infraestructura turística del sector.	49

3.4.11.	Calificación de varios aspectos con respecto a su visita	50
3.4.12.	Como llego al sector	51
3.4.13.	En general que mejoraría de los establecimientos que visitó	53
3.5.	FODA de La Ronda y San Marcos.....	53
4.	CAPÍTULO IV: ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE OCIO Y TURISMO	55
4.1.	Estrategias de La Ronda	55
4.1.1.	Áreas de Fortalezas y Oportunidades (Áreas Ofensivas) Calle “La Ronda”.....	55
4.1.2.	Áreas De Debilidades Y Amenazas (Áreas Defensivas) Calle “La Ronda”	57
5.	CAPÍTULO V: ESTRATEGIAS DE SAN MARCOS (JUNÍN)	58
5.1.	Áreas De Fortalezas Y Oportunidades (Áreas Ofensivas) Calle “Junín”	58
5.1.1.	Ocio:	58
5.1.2.	Turismo:	58
5.2.	Áreas de debilidades y amenazas (áreas ofensivas) Calle “Junín”	59
5.2.1.	Ocio:	59
5.2.2.	Turismo:	59
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
6.1.	Conclusiones:	63
6.2.	Recomendaciones	64
7.	BIBLIOGRAFÍA	67
8.	ANEXOS	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Días de mayor demanda	29
Tabla 2:	Percepción del crecimiento turístico	30
Tabla 3:	Total de Personas que trabajan en los establecimientos	30
Tabla 4:	Incomodidad e Inconformidad	31
Tabla 5:	Las razones de inconformidad.....	31
Tabla 6:	Percepción de los locales en la zona	32
Tabla 7:	Problemas sociales que afecten al sector turístico.....	32
Tabla 8:	Problemas ambientales que afecten al sector turístico	33

Tabla 9: Perfil de la oferta de los corredores turísticos	34
Tabla 10: Percepciones de Moradores “La Ronda”	35
Tabla 11: Edad	45
Tabla 12: Motivo de visita.....	47
Tabla 13: Presupuesto	47
Tabla 14: ¿Recomendaría la visita?.....	49
Tabla 15: Infraestructura del sector.....	49
Tabla 16: En general que se mejoraría de los establecimientos	53
Tabla 17: Matriz FODA “LA RONDA”	54
Tabla 18: Matriz FODA “SAN MARCOS”	54
Tabla 19: Estrategias para la mejora del Turismo y el ocio	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Flujograma de la metodología.....	16
Gráfico 2: Género de los turistas y visitantes “La Ronda”	44
Gráfico 3: Género de los turistas y visitantes “San Marcos”	44
Gráfico 4: País de Origen “La Ronda”	45
Gráfico 5: País de Origen “San Marcos”.....	46
Gráfico 6: Ocupación "La Ronda"	46
Gráfico 7: Ocupación "San Marcos"	46
Gráfico 8: Con quien visita La Ronda.....	48
Gráfico 9: Con quien visita San Marcos.....	48
Gráfico 10: Aspectos a considerar para la visita en “La Ronda”	50
Gráfico 11: Aspectos a considerar para la visita en “San Marcos”	50
Gráfico 12: Como llegó al sector "La Ronda".....	51
Gráfico 13: Como llegó al sector "San Marcos"	51
Gráfico 14: Promedios de calificaciones “La Ronda”	52
Gráfico 15: Promedios de calificaciones “San Marcos”	52

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Fotografías de campo del sector La Ronda.....	71
Anexo 2: Fotografías de campo del sector San Marcos	73
Anexo 3: Ejemplos de instrumentos de evaluación sectores San Marcos y La Ronda	83
Anexo 4: FORMATO DE ENTREVISTA.....	93
Anexo 5: Encuesta para perfil del visitante.....	94

1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES

1.1. Planteamiento del Problema

“El 8 de septiembre de 1978, Quito fue declarada por la Unesco: Patrimonio Cultural de la Humanidad (Ortiz, 2018), siendo una de las primeras ciudades acreedoras a esta condecoración, gracias a que el Centro Histórico de Quito (CHQ), es uno de los mejor conservados y el más extenso de América, con alrededor de 5000 inmuebles patrimoniales. Las edificaciones del Centro Histórico de Quito, al igual que las manifestaciones culturales de la ciudad, se han ido transformando con el paso del tiempo y modificando en función del uso, crecimiento urbano, y las políticas de los gobiernos de turno. En los últimos años Quito ha venido creciendo de una manera vertiginosa, cambiando su estructura y enfrentando diversos conflictos en ese proceso.

Anteriormente el CHQ era destinado únicamente para la habitación, el comercio y la vida política de la ciudad y el país. En la actualidad, también, esos usos se han ido cambiando entre los cuales encontramos la aparición e influencia del ocio, la recreación y el turismo. Como evidencia de este cambio se encontraron predios que anteriormente servían de vivienda y ahora son lugares destinados al ocio y la recreación de turistas internos y extranjeros. Los ejemplos más claros están en la calle Juan de Dios Morales (La Ronda) y la calle Junín (barrio de San Marcos). En estos espacios coexisten los usos anteriores y los nuevos ejecutados por los dueños de los predios, residentes y comerciantes que habitan en estas zonas. Estos lugares y sus nuevas propuestas de uso, están generando algunos debates y relaciones conflictuales entre quienes prefieren mantener actividades tradicionales frente a quienes optan por el impulso del desarrollo de actividades lucrativas a través del ocio y el turismo. A partir de este enfoque, el presente trabajo académico se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los conflictos que se pueden identificar entre las actividades turísticas y los moradores de la calle de La Ronda y la calle Junín y cuáles son las posibles estrategias para superarlos?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Identificar las actividades de ocio y turismo en los corredores culturales de La Ronda y San Marcos, Centro Histórico de Quito para determinar los conflictos que pueda haber entre los habitantes y visitantes del lugar y delinear estrategias que potencien la actividad cultural.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Reconocer los usos actuales de los espacios que sirven para ocio y recreación en la calle La Ronda y el barrio San Marcos.
- Identificar el perfil del visitante que frecuenta la calle La Ronda y el barrio San Marcos a través de características sociales, económicas y motivacionales que determinan su visita.

- Identificar la percepción de los moradores y propietarios de los predios sobre los corredores culturales de La Ronda y San Marcos.
- Propuesta de estrategias de desarrollo de actividades de ocio y turismo en estos espacios para su sostenibilidad.

1.3. Justificación

Entre los espacios con mayores cambios, debido a la influencia del ocio y el turismo en el Centro Histórico de Quito (CHQ), se pudo identificar a la calle Juan de Dios Morales, conocida popularmente como La Ronda, y la calle Junín, principal vía del barrio de San Marcos. Estos espacios se han ido convirtiendo en lugares emblemáticos que recogen la historia de lo que un día fue el Quito colonial y se han ido transformando; también, en sitios donde se pueden realizar actividades de ocio y recreación para residentes, visitantes y turistas que llegan al CHQ (Centro Histórico de Quito). El uso de estos espacios ha cambiado en los últimos 20 años, en gran medida por las políticas de recuperación, regeneración y planificación urbana de la ciudad.

La Ronda que era el límite de la ciudad colonial, es un escenario que se ha caracterizado, también, por ser espacio de la bohemia quiteña, que surgió a mediados del siglo XX, “donde su trazado irregular, la estrechez de su calzada y los tradicionales balcones de las casas”(El Comercio, 2009) ha hecho que este sitio sea visitado por turistas locales, nacionales e internacionales; convirtiéndose en una ruta histórica cultural. Además, las tradiciones se mezclaron al principio con la historia de vida de escritores, artesanos, pintores y músicos que vivieron en esta calle. Actualmente, el uso de suelo de La Ronda ha ido cambiando; hoy en día se puede encontrar en su recorrido cafeterías, galerías y tiendas o comercios variados; siendo este un lugar en el que se puede pasear, asistir a eventos de expresiones musicales, danza, juegos tradicionales y otras actividades culturales que conmemoran un pasado que representa la historia de este lugar. Sin embargo, de esta profusa agenda cultural, esta calle está perdiendo paulatinamente residentes permanentes, como se evidencia a simple vista y como se registra en varios artículos y estudios referidos a la gentrificación. Los residentes se han movido fuera de este espacio por el ruido y otros efectos de los nuevos usos de los predios, provocando que se pierda un componente fundamental de la identidad quiteña como es la vida de barrio y su vecindad, es decir la habitabilidad. Por otro lado, la calle Junín busca mantener una historia de lo que fue y de lo que sigue siendo, a través de la conservación de su residencia y su identidad.

San Marcos es un barrio de aquellos que se pelean por mantenerse como tal: la sola mención de ‘proyectos turísticos’ hace que el vecindario se organice para oponerse en franca rebeldía a tal intención porque nadie quiere que a su San Marcos le pase lo que ha sucedido en otros barrios, donde el lucro hace que pierdan la cabeza hasta los vecinos más apasionados, según lo comenta la publicación Cartón Piedra: “Barrio peleonero y complicado, como todo lugar que merezca ser llamado hogar” (Cevallos, 2014).

En la calle Junín en San Marcos y en La Ronda, se ha podido observar la generación de espacios culturales y negocios relacionados al turismo a pesar de que los habitantes, principalmente los de San Marcos, mantienen la idea de conservar esta calle como zona residencial. En contrapartida a esta resistencia de los residentes, la influencia y presión de las actividades y negocios turísticos se está manifestando en la aparición de estos negocios relacionados a este sector productivo.

Estas calles representan un símbolo cultural de la esencia del CHQ, y están siendo utilizadas como un atractivo turístico y como un espacio de ocio y recreación, tanto por la empresa privada como por sus residentes. Con el fin de estudiar y ubicar con mayor precisión los factores que están en conflicto en este escenario y visualizar las potencialidades de un turismo equilibrado esta investigación académica que utilizó una serie de herramientas metodológicas para conocer las causas de estas tensiones y las opiniones que de ello tienen sus diversos actores. Conocer y analizar el estado actual de estos corredores culturales, desde las perspectivas de ocio y el turismo que son importantes en la vida urbana implicó, también, identificar las diferencias que pueden existir entre estos dos espacios tradicionales del CHQ. Ello condujo, además, a uno de los objetivos de este trabajo de titulación orientado a aportar con estrategias de mejora urbanísticas y de conservación, que tengan en cuenta las visiones particulares de cada uno de estos sitios.

Desde la perspectiva personal, este tema resultó particularmente motivante para saber cómo los espacios físicos de la calle La Ronda y la calle Junín han ido modificándose en su uso y en el tiempo. Se ha podido ver a simple vista que estos lugares se han ido transformando, queriendo adaptarse al crecimiento de la ciudad y que ahora sirven como espacios para el ocio de residentes, visitantes y el turismo para viajeros pero que deben tener, también, armonía con las posiciones de los moradores o residentes, como se tratará en las siguientes páginas.

1.4. Antecedentes

Para hablar de turismo en ciudades patrimoniales como es la ciudad de Quito, recogemos la siguiente definición de este concepto propuesto por la UNESCO

El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas (UNESCO, 1982).

Los sitios y lugares reconocidos como patrimonio se ven de cara a problemáticas de cambios funcionales y también sociales en ellos o en sus entornos más cercanos que van asociados con realidades históricas, económicas, culturales, ambientales, turísticas y simbólicas.

En los espacios patrimoniales cada vez se encuentran influenciados por el turismo. Por lo cual, estos destinos deberían requerir un tratamiento especial más allá de lo estrictamente residencial. En ellos la sostenibilidad debería ser un factor relevante. También deberían ser asociados con la economía popular, que tenga reglas respetuosas, que venga asociadas a las nuevas tendencias o demandas y que a su vez; promuevan la accesibilidad y la movilidad inclusiva.

En el caso de nuestro estudio se ha pretendido enfocarse, también, en ese ámbito del respeto y por ello se ha auscultado la opinión y propuestas de los diversos usuarios de esos espacios.

Los cascos históricos son una parte muy importante de las diversas etapas de evolución urbana; en los orígenes del asentamiento, es el lugar en el que se desarrollan la mayor parte de las actividades vitales. Por otra parte, se manifiesta que, a medida que la ciudad crece, el eje de expansión urbana se desplaza hacia otros sectores. Las actividades se empiezan a concentrar en algunos de ellos y el antiguo centro empieza a perder sus funciones originales y su vitalidad. El resultado es que muchas de estas áreas, ricas en historia, mantengan su ubicación central, resistiendo el proceso de transformación con grandes riesgos de caer en la pérdida de vitalidad y de pobladores y suelen ser blanco de un deterioro general (Pineda & Velasco, 2017, pág. 77).

Las ciudades hoy por hoy y sobre todo las ciudades que se encuentran en los cascos coloniales son parte del Patrimonio de la Humanidad son “símbolos culturales”, siendo también referentes para visitar y en muchos de ellos se enfrentan realidades complejas de cara a cultura que varían de acuerdo al contexto. Hay en la actualidad un reto de saber aprovechar bien las oportunidades que ofrecen el patrimonio, en la cultura viva y en el turismo.

La publicación de (Pineda & Velasco, 2017, p.77) estudia el Casco Histórico de Buenos Aires en el cual se reconocieron problemas y potencialidades que influenciaron en su desarrollo y conservación. Este estudio lo mencionamos en la presente investigación para ampliar la visión de esta tesis con otras realidades similares. El estudio refiere que existe, también, una fuerte presión en el área central de esa ciudad, en cierta medida por la influencia del turismo, el escaso mantenimiento edilicio, deterioro y sobreuso del espacio público; además, de la fragmentación de algunas avenidas. En tanto que, dentro de las potencialidades, se pudieron identificar su alto valor patrimonial, una fuerte identidad, el sentido de pertenencia, la mixtura poblacional y de actividades, un importante capital invertido, su situación de centralidad y su gran atractivo turístico, como aspectos a destacar en esta zona urbana (Pineda & Velasco, 2017).

El investigador Cerletti, citado en (Pineda & Velasco, 2017), establece que en el casco histórico de Buenos Aires y en la metodología aplicada; se buscó propiciar la integración, la convivencia entre los residentes y las nuevas actividades, sobre todo las que están vinculadas con el turismo. Este estudio pretendió para estos investigadores ser un soporte para establecer la línea base y también para la propuesta de un plan de manejo en turismo y ocio especializado o cultural. En Buenos Aires el plan de

manejo planteó como objetivos proteger el patrimonio tangible e intangible; afianzar la residencialidad y mejorar la calidad de vida; además, de fortalecer la identidad, ordenar los sectores consolidados e impulsar el desarrollo de los sectores no consolidados incrementando los estímulos para la retención de residentes y atracción de nuevos. El estudio se enfocó, también, en la gestión para poner en marcha algunos proyectos de gran impacto para revertir áreas deprimidas, finalmente este estudio de caso buscó mejorar el equipamiento urbano: como ejemplo de ello está la escultura de Mafalda, personaje que represente un ícono argentino, ubicada en las calles defensa y Chile en Argentina que sirvió como estrategia para el mejoramiento urbano (Pineda & Velasco, 2017). Dentro de estas estrategias que han sido iniciativas privadas se cita a Velasco (como se citó en Pineda & Velasco, 2017, pág. 87) que en el caso de la República de Senegal en la ciudad de Saint-Louis; se identificaron oportunidades para discutir sobre la conservación de las estructuras arquitectónicas y urbanas. Como otro punto; según Velasco dentro de la problemática actual se hace referencia a que las ciudades históricas han sido referidas en muchas ocasiones como “sitios comerciales” o “ciudades coloniales” y a su vez las estructuras que las conforman han sido objeto de discursos que las hacen vulnerables al deterioro (Pineda & Velasco, 2017).

En el caso de Quito, en el plan especial elaborado en el 2003 para la ciudad, se hablaba de la posibilidad de potenciar el desarrollo del Centro Histórico teniendo en cuenta al difícil contexto de los problemas respecto a las condiciones sociales, económicas de funcionalidad. Diversos estudios dan cuenta de un desequilibrio producido por el crecimiento de Quito en los últimos 50 años y los desequilibrios se han puesto de manifiesto en el uso del espacio físico (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2003). Los estudios reflexionan sobre una aparente obligación, impuesta desde ámbitos ajenos a las percepciones populares, de habitar espacios que han sido concebidos bajo principios que no siempre empatan con las condiciones culturales de la sociedad. Si bien el Centro Histórico de Quito ha sido un espacio en transformación, según Pino (2009), se evidencia una apuesta urbana desde el 2001 hasta el 2008; cuya idea ha sido convertir al centro en un sitio patrimonial y turístico. En el análisis ha existido una transformación que involucran a casas ubicadas en zonas centrales, las cuales se han convertido en hoteles, o nuevos lugares de entretenimiento y ocio, como cafeterías, restaurantes, etc. (Tamayo, 2013). Queda abierto siempre para este trabajo de titulación y otros que seguramente se habrán hecho el interrogante y la investigación para saber si se tomaron las decisiones adecuadas, respecto al valor histórico de esos sitios y sus nuevos usos. Según lo mencionó Tamayo (2013) en su trabajo académico: *Mercado de turismo cultural y el valor patrimonial del Centro Histórico de Quito*, al tener un reconocimiento otorgado por la UNESCO como primer patrimonio cultural de la humanidad, Quito, se logró atraer inversión de grandes empresas relacionadas con la vivienda y el turismo. Las autoras, Pino y Tamayo, coinciden que los servicios turísticos más notorios son: hospedaje, restaurantes, cafeterías, fuentes de soda y bares, sitios de diversión, recreación y esparcimiento, cultura, comercio y otros servicios. Esto evidencia una

dinamización de actividades, mejoramiento de edificios arquitectónicos y recuperación de espacios públicos, según esta investigación. Hay que apuntar, no obstante, que abundante información de los medios de comunicación y otras fuentes, sostienen que en estos últimos años existen cientos de casas patrimoniales que están en riesgo, deterioro y han sido tomadas u ocupadas por indigentes y migrantes.

Siguiendo con el estudio mencionado vemos que, Tamayo, basándose en el censo económico del 2010, mencionó que el centro es de producción, oferta de bienes y servicios artesanales tradicionales, particularmente importantes para las clases populares. Dentro del centro se encontraron oficios como los de relojero, sastre, confitero, artesano de la madera, del hierro y de la cera; además, están los que se dedican al comercio de prendas de vestir, de materiales para la industria textil, de aparatos electrónicos y electrodomésticos; y de los de venta de productos alimenticios elaborados (Tamayo, 2013).

Con la evolución de los centros históricos también se empiezan a dar otros fenómenos entre los cuales se encuentra el turismo, como ya se ha señalado. Este por naturaleza es multidimensional, y a su vez genera impactos económicos, socioculturales y ambientales que pueden ser favorables o desfavorables para las sociedades locales como se sostiene en la obra: *Tendencias de Investigación en Turismo en América Latina: Estudios de Caso* (Barriga, Osorio, & Guijarro, 2018). Canalejo et al. 2012 citado en Barriga, Osorio, & Guijarro (2018) afirman que se han producido, fundamentalmente, trabajos orientados a determinar la percepción de los visitantes y, en menor medida, han estado centrados en la percepción de los residentes. Es decir que el éxito de un destino también dependerá de las percepciones y actitudes de los residentes respecto al turismo y su desarrollo. La importancia de la comunidad residente es alta y estos actores locales son esenciales para que haya un desarrollo turístico. Sin embargo, la población local debería evaluar al turismo, teniendo en cuenta los beneficios y costes que obtendrían, en función de los recursos y servicios que se vayan a aportar. De este modo, cuando la percepción del intercambio implique circunstancias beneficiosas, la población apoyaría al desarrollo turístico; acaeciendo impactos positivos y negativos, sean estos económicos, sociales o ambientales (Barriga, Osorio, & Guijarro, 2018). En el caso de La Ronda, los impactos por el consumo de canelazos, ha convertido a ese espacio en un atractivo nocturno demasiado identificado con el consumo de bebidas alcohólicas. La población, como dicen los autores citados, debería hacer una evaluación de los impactos para construir un turismo respetuoso y sostenible.

Dentro de los criterios metodológicos en investigación científica, consideramos un enfoque cualitativo que implicó el uso de técnicas para la obtención y análisis de datos a fin de conseguir un mayor entendimiento con respecto a la percepción de los residentes en relación a los impactos del turismo en los corredores culturales de La Ronda y San Marcos. Esta investigación académica se propuso, como parte de su trabajo de campo, conocer las opiniones de los moradores sobre los corredores culturales que se conciben como espacios estratégicos de gestión con finalidades diferenciadas. Estos espacios se

relacionan con cultura y buscan posicionamiento propio en la gestión de la cultura, de un recurso ya sea político y también social (Rodríguez, 2011).

Teniendo en cuenta las investigaciones antes mencionadas, se ha podido definir que la línea base de la presente tesis tomará en cuenta que los corredores culturales de San Marcos (calle Junín) y la calle de La Ronda han sido, en mayor o menor medida, partícipes de acciones públicas y privadas conjuntas como la denominada “Manos a La Ronda” y otros proyectos planteados por “Quito Turismo” así como los emprendimientos de iniciativa privada. La Ronda se ha convertido en un atractivo turístico que desplazó a muchos residentes, lo cual dista mucho de la situación que se observa en San Marcos, donde vive una comunidad de vecinos propios del barrio y que pertenecen a generaciones anteriores. La presente investigación buscará establecer el camino que se adapte mejor a las necesidades de los residentes y de cada uno de los barrios investigados en relación a la actividad turística.

1.5. Marco Teórico

En cuanto a los espacios de Ocio y Turismo en La Ronda y la problemática planteada con respecto a los residentes es necesario establecer en esta tesis la diferencia entre ocio y turismo. Se llama ocio al conjunto de actividades que una persona realiza en su tiempo libre, porque desea hacerlas, sin presiones externas, con el objetivo de divertirse, entretenerse, desarrollarse a sí misma, o cualquier otro objetivo que no implique beneficios materiales. Wearing, Betsy & Stephen (Triguero, 2010) manifiestan que, para que haya ocio, debe haber tres elementos que son: tiempo libre, tipo de actividad y una experiencia.

Neulinger (1974) crea el modelo básico para entender al ocio que se compone desde tres puntos de vista: Por ejemplo: la economía considera al ocio como tiempo libre, la Sociología como una actividad y la Psicología como un estado mental (Triguero, 2010, pág.16). Para Neulinger (1974) el ocio no solamente es un componente de la calidad de vida, sino de su propia esencia. Este modelo se lo concibe como un estado de la mente producido por las experiencias o las actividades que se producen bajo la condición de libertad percibida, que se entiende como el grado en que una persona está involucrada por voluntad propia en una actividad. Así mismo propone que la calidad del ocio es determinada por la motivación intrínseca hacia la actividad. Neulinger ve al ocio no solamente como componente para la calidad de vida, sino la esencia de ella (Triguero, 2010, pág. 17).

Triguero, manifiesta que El turismo, por otra parte, empieza como materia científica a finales de la Primera Guerra Mundial. Sus trabajos se enmarcan en ese contexto y la ubican también como precursora de la Economía; este enfoque, a su vez, tiene cuatro perspectivas: la primera, considera al turismo como idea de vencimiento del espacio por personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar de residencia fijo. La segunda, se lo considera como conjunto de viajes cuyo objetivo es el placer o el viaje por motivos comerciales, profesionales u otros análogos y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. Como tercera perspectiva se establece como un conjunto de

relaciones pacíficas entre viajeros, que se detienen en un sitio, las personas domiciliadas allí y los naturales de esa región. La cuarta y última perspectiva comprende al turismo como el conjunto de acciones, actividades, relaciones y fenómenos causados por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que no estén motivados por una actividad lucrativa principal permanente o temporal. En cambio, desde la perspectiva social, el turismo tiene tres factores: tiempo libre, ingresos económicos y una consideración positiva o tolerancia por parte de la sociedad a la que pertenece, hacia el hecho de viajar (Triguero, 2010, pág. 25). En este contexto Fernández (como se citó en Triguero, 2010) considera que el turismo es más que un simple desplazamiento temporal desde el lugar de residencia, sino que también se trata de un fenómeno social con una importante influencia económica. El turismo es, por un lado, el conjunto de turistas que cada vez son más en número y, por otra arista, los fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Es decir, turismo es todo el sistema compuesto por hoteles, agencias de viaje, transporte, espectáculos, guías-intérpretes y oferta complementaria como bares, discotecas, entre otros (Triguero, 2010, pág. 26).

En el sistema turístico participan: turistas y locales. En 2016, Onghena afirma que existe una situación asimétrica en la producción, conducción y relación turística. Por un lado, el turismo tiene efectos y, al mismo tiempo, responsabilidades que deben ser cumplidas no solo por los visitantes sino también por los actores principales; término por el cual se han agrupado en líneas de intervención tanto pública y colectiva. El desarrollo y el turismo como forma de recurso trae consigo cambios socioculturales inherentes a cualquier forma ya sea cultural, socioeconómica, etc. (Onghena, 2016, pág. 161) que no solo afectan al lugar sino también a las personas que viven en estos espacios. En el caso de los espacios estudiados en La Ronda y la Junín, esa responsabilidad que se menciona en las anteriores líneas tiene que ser conjunta y aglutinar a los moradores, las autoridades y a los turistas y visitantes con el cumplimiento de las normativas, control e iniciativas a desarrollarse. Ello llevó a hablar del complejo móvil de la movilidad turística; como acción sobre el espacio con sus concentraciones, descentralizaciones y desposesiones y al mismo tiempo, como una norma social, o incluso valor de prestigio. Estas líneas transversales de los debates se enfocan, también, en los actores que se encuentran involucrados: los turistas o visitantes y también los residentes o locales. Es decir en los lugares y procesos. Para Onghena (2016) cuando hablamos de los actores del turismo, encontramos a unos actores implicados y muy interesados, pero tenemos a muchos otros de los que nos olvidamos cuando se diseñan planes para emprender nuevos turismos. El turismo permite descifrar el posicionamiento y la intervención de turistas, residentes y otros grupos colectivos en el espacio, no necesariamente el espacio turístico, sino el espacio que acoge y se negocia con los turistas; es por esto que en la construcción del espacio turístico entran relaciones de todo tipo: profesionales, afectivas y de género (Onghena, 2016).

Pineda y Velasco (2017) mencionan que puesto que “las sociedades son heterogéneas no es posible pensar que una consideración del valor o del significado de un sitio sea uniforme, ni que toda la población adopte en un momento una actitud única”. Diferentes grupos de población, dependiendo de múltiples factores, han tomado en los últimos tiempos diferentes actitudes en relación con los centros históricos de sus propias ciudades, según esta autora. Considerando que al menos una parte de las estructuras históricas permanezcan en condiciones que permitan la lectura del sitio como histórico, por encontrar en ellas la evidencia de los acuerdos sociales de los habitantes en una historia extensa, se pueden identificar al menos cuatro maneras en que se practica esa parte de la ciudad. La primera plantea la conservación no sólo de los espacios, sino de sus significados, haciendo permanecer la relación entre los objetos y sus significados. La segunda reconoce algunos valores, aunque no siempre en coincidencia con el significado original, lo que promueve cambios necesarios para adaptar los espacios tradicionales en el Centro Histórico, a la demanda en términos de mercado. El tercer modo ignora lo que se refiere a los paradigmas originales y no se siente concernido por alguna apreciación patrimonial, resolviendo en los espacios públicos tradicionales su vida cotidiana sin otra consideración que la satisfacción de lo inmediato. Por último, el modo que estima los espacios públicos históricos o tradicionales como un desecho, innecesarios para resolver sus necesidades, por lo que incluso rehúye esos sitios. De estas cuatro posibilidades consideraremos las dos últimas, en las que el habitante de la periferia participa a partir de nuevos paradigmas y acuerdos sociales (Pineda & Velasco, 2017). Dándose los acuerdos sociales en los eventos políticos. Si bien estos lugares son materiales, el resultado es una producción social. Tiene el centro significados de cotidianidad, es el sitio donde se expresa el sentido de lugar y pertenencia. Es en el centro y en este tipo de espacios donde, además, se manifiestan apegos subjetivos emocionales. En referencia a los espacios, estos pueden ser entendidos de diferente manera de tránsito, espacio de ocio, espacio de trabajo y espacio de representación identitaria. Pero también interviene el rol de los espacios privados, como los espacios comerciales, el papel de las tiendas y los centros comerciales, de los estadios o de los recintos de eventos, en la construcción del lugar turístico. Además, el impacto del turismo internacional en los centros históricos ha hecho que la perspectiva simbólica con respecto a estos espacios cambie. Estos espacios pueden ser reelaborados para el consumo turístico, ello es una posible pérdida de significados del lugar, ya que las experiencias diversas de los residentes y de los turistas son en buena medida incomparables (Onghena, 2016).

Para Pineda & Velasco (2017) existen necesidades de crear nuevas formas de cohesión social, la conservación preventiva y la importancia de respetar la diversidad cultural, teniendo como objetivo un equilibrio entre competitividad económica y desarrollo urbano. Desde políticas de planeación y gestión participativa, el espacio público y sustentabilidad; así como la temática paisajística y la conservación patrimonial deberán considerarse para un equilibrio social. Por ende, los centros históricos y en ellos los corredores culturales no son estáticos, sino que son dinámicos. La

preservación de estos lugares va más allá de las sostenibilidad económica y social, sino que tiene que ver con la identidad de los pueblos; en este caso con la identidad de Quito y su Centro Histórico patrimonial. El fenómeno turístico y sobre todo el turismo en las zonas históricas de La Ronda y la calle San Marcos, en el Centro Histórico de Quito, está también influenciado, según sostienen los estudios turísticos, por la polaridad Sur- Norte que es recurrente. Es evidente también que se ha desplazado la visión bipolar del mundo con centros y periferias- un Norte poderoso que va de vacaciones a un Sur débil- hacia la consideración de que ambos se contaminan o se alimentan mutuamente de alguna forma, esto es, hacia un fenómeno que es típico de las movilidades de la época contemporánea: la independencia global entre lugares colectivos y clases sociales.

Onghena afirma que se han construido ciudades como un solapamiento entre movilidades diferentes (2016), en épocas diferentes y según funciones diferentes; en donde los espacios urbanos se caracterizan por tener diferentes ritmos de uso: la noche, el día, los fines de semana, el verano, se convierten en tiempos de dinámicas complejas. En la actualidad, la movilidad se ha vuelto una norma social; es decir, el que no se mueve físicamente está estigmatizado. La autora sostiene que, en la actualidad, podemos observar una movilidad concebida como un cambio de percepción que se tiene sobre ese lugar (Onghena, 2016) y ya no se tiende a moverse únicamente en lugares lejanos sino también en la propia ciudad.

Para la conservación de los centros históricos existe un “discurso patrimonial autorizado”, en el cual se recalcan agencias oficiales de conservación y manejo del patrimonio, que ve al patrimonio desde un objeto de un recurso material. (Smith, s.f. citado en Cabrera, 2016) Se piensa que esto conlleva a una monumentalización de los materiales heredados del pasado, buscándose constituir un espejo que proyecta un imaginario y un rostro social colectivo, ficticio, basado en “consensos” sobre el relato del pasado y que dichos legados corroboran a una realidad que simplemente no existe (Cabrera, 2016). Sin embargo, estas políticas patrimoniales, basadas en estos enfoques como expresiones históricas a producciones materiales o intangibles, han servido para la desigualdad y exclusión social, según algunos enfoques. Pero también pueden ser cuestionadas estas visiones cuando no ayudan al cuidado y preservación del patrimonio. Esto se lo puede observar en el patrimonio cultural y la interrelación social; en la parte móvil y en los conflictos que se crean. La Ronda y el barrio de San Marcos se han convertido en lugares de tensión y negociación entre las visiones institucionales sobre su valor y sus usos cotidianos (Cabrera, 2016) mencionándose dos criterios, el primero es la relación con el patrimonio cultural, la construcción de los imaginarios, el abordaje de la cultura, como espacio de conflicto. El segundo se trata de la planificación urbana y sus cruces con el manejo de las áreas históricas patrimoniales.

Por otro lado, Eduardo Kingman, asegura que la desigualdad social creció aún más justificándose en el control de los usos de los espacios públicos y en la supresión de las manifestaciones sociales y económicas populares a través de ordenanzas sobre el “buen uso” de los espacios públicos; control de

calles y venta de bebidas alcohólicas artesanales (Kingman, s.f citado en Cabrera, 2016). El enfoque de esta tesis, sostiene también que los moradores son quienes piden una básica convivencia basada en el orden y el respeto del espacio. Además, dentro de la problemática de los centros históricos, se considera a la degradación de áreas centrales urbanas en ellas y, también, se advierten deterioros progresivos donde la incapacidad económica de la población residente hace que la participación hacia iniciativas de mejoramiento sea reducida (Rey, 2010). Si bien el Centro Histórico de Quito ha servido y sirve como un lugar de entidad local y nacional; las áreas centrales cuya localización es estratégica y a su vez tienen un bagaje cultural importante, son asimismo portadoras de oportunidades que no están siendo utilizadas en función de su propia rehabilitación y que pueden y deben ser aprovechadas (Rey, 2010). A través de la conservación como un “mejoramiento del recurso” en el cual cada actor ya sea público o privado cumple su rol pasando a ser, incluso, un gestor para la conservación del recurso.

Anteriormente los centros históricos eran considerados espacios económicamente deprimidos carentes de atractivos para los inversionistas y por ende la renovación urbana se apoyaba en una inversión a gran escala con el dominio del mercado inmobiliario que implicó pérdidas sensibles entre ellos, expulsión de residentes conocida como gentrificación y su reemplazo por hoteles, viviendas de alta renta y oficinas (Rey, 2010). En el caso del espacio del Centro Histórico que estudia esta tesis y es la calle La Ronda, es evidente que el proyecto de uso de suelo que allí se estableció, provocó una masiva expulsión de sus moradores originales.

En relación a esta problemática en la ciudad de Bogotá, los estudios de su gobierno local afirman que para la cohesión social se utilizaron instrumentos o iniciativas a través de políticas denominados corredores culturales, que han llegado a ser reconocidos como fenómenos únicos, los cuales han generado oportunidades para potencializar el capital cultural y reorganizarlo por medio de estrategias económicas y sociales para el desarrollo (Alcaldía Mayor de Bogotá D.C, 2014).

Los corredores culturales se conciben también como espacios estratégicos de gestión con finalidades diferenciadas. Son aquellos que se relacionan con cultura buscando posicionamiento propio en la gestión cultural como un recurso ya sea político y también social (Rodríguez, 2011). Dentro de las competencias de estos espacios se evidencia un dinamismo entre espacios y su perspectiva histórica. Apuesta por una visión compleja del patrimonio cultural. También reafirma la pertinencia de la interactividad (comunicación) entre las partes integrantes, como base del propio concepto y finalmente, estos espacios buscan la sostenibilidad basada no sólo en el concepto del itinerario, sino en una gestión social, económica y simbólica (Rodríguez, 2011).

de las tendencias urbanísticas que también repercuten en estos espacios se encuentra la sustentabilidad urbana que no ve a la ciudad como algo compacto. El concepto de sustentabilidad va a aspectos no solamente económico, sino también político, social y cultural. En el cual la sostenibilidad se da a

través del aprovechamiento máximo de materiales y energía ya empleados, preservando la memoria histórica la identidad cultural, el patrimonio y el tejido social. Otro aspecto fundamental es el desarrollo basado en recursos y saberes locales; es decir, la identidad y el patrimonio cultural como recurso endógeno por excelencia para un nuevo desarrollo fundado en una cultura del territorio y en una valoración basada en la capacidad de emprendimiento económico local y la creación de un entorno innovador en el territorio. Ya que, como lo menciona Rey, “(..) Las ciudades poseen una gran riqueza de recursos humanos culturales y sociales y capacidad de innovación que lo hacen posible” (2010).

1.6. Marco Conceptual

A continuación, puntualizamos y definimos algunos de los conceptos claves que aborda el presente trabajo de titulación:

1.6.1. Ocio:

Es el estado de la mente que produce las experiencias o las actividades que se producen bajo la condición de libertad percibida. El ocio comprende el conjunto de actividades que una persona realiza en su tiempo libre, porque desea hacerlas, sin presiones externas, con el objetivo de divertirse, entretenerse, desarrollarse a sí mismo, o cualquier otro objetivo que no implique beneficios materiales (Triguero, 2010).

1.6.2. Turismo:

Corresponde al conjunto de desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia por más de un día, menos de un año (Sancho, 2011).

1.6.3. Corredor cultural:

Los corredores culturales se conciben como espacios estratégicos de gestión con finalidades diferenciadas. Son aquellos que se relacionan con cultura buscando posicionamiento propio en la gestión de la cultura como un recurso ya sea político y también social (Rodríguez, 2011).

1.6.4. Gentrificación:

Reestructuración espacial de una determinada área urbana, lo cual implica el desplazamiento de los residentes de bajos ingresos que habían vivido en estos espacios (Rojo, 2016).

1.6.5. Patrimonio Cultural:

El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la

creatividad de ese pueblo: la lengua los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas (UNESCO, 1982).

1.7. Metodología

La investigación y el análisis de las actividades de ocio y turismo en los corredores culturales de La Ronda y San Marcos, Centro Histórico de Quito utilizó el método cuantitativo para analizar los datos desde la perspectiva de los usuarios y el cualitativo, con un enfoque analítico descriptivo, para establecer un diagnóstico sobre la situación actual de esos corredores culturales. En primera instancia, como instrumento de recolección primaria de información se utilizó la observación no participante, que se distingue por la posición del observador respecto a la realidad observada. “Así en principio en esta perspectiva se manifiesta la voluntad etimológica de aislar la materia de observación del observador y viceversa” (Castro & Toro, 2015). Por medio de la observación, se contabilizó el número de establecimientos presentes en el sector de La Ronda y San Marcos. Para dar respaldo a todo lo investigado, también se utilizó fuentes de información secundaria como: libros, documentos académicos, tesis, revistas especializadas buscando datos generales e históricos relevantes para el desarrollo de la línea base de estudio. No se pudo usar información estadística actualizada de los organismos oficiales, puesto que la mayoría de datos correspondían al Censo del 2010. También la mayoría de estudios de los organismos oficiales consultados eran referidos a temas generales del Centro Histórico y no se centraban en aspectos y enfoques más específicos de los lugares que son el tema de estudio en este trabajo de titulación.

Dentro de los instrumentos utilizados para la metodología se puede indicar que tanto la observación no participante, así como las fuentes secundarias ya antes mencionadas se utilizaron académicamente para poder despejar las siguientes interrogantes:

¿Qué actividades se hacen en estos sitios?, ¿Cuáles son las actividades económicas actuales en La Ronda y San Marcos en relación a su contexto cultural?

Se consideró siempre el enfoque cultural y otras variables igualmente relevantes de tipo social. Todas estas inquietudes se resolvieron directamente con los actores sociales principales; de los cuales se requirió la expresión de conductas y opiniones que fueron registradas y analizadas, así como las de sus actividades en el sector. Se trabajó de manera directa con las fuentes de información primaria. Es decir, actores involucrados en la actividad turística (presidentes o representantes de los dos barrios observados y a su vez representantes de los comercios relacionados al turismo en las zonas de estudio).

En cuanto a los métodos cuantitativos, para determinar el perfil de los visitantes, se aplicaron encuestas tanto a visitantes y turistas nacionales y extranjeros en apoyo a los procedimientos metodológicos utilizados por la autora Andrea Muñoz (Muñoz, Osorio y Guijarro, 2018, pág.162). Las

encuestas que el presente trabajo de titulación utilizó ayudaron a determinar el perfil del visitante de los barrios que se están estudiando como un aporte importante. Por otra parte, y, en términos generales, la encuesta es una técnica altamente estructurada que permite la observación sistemática de un hecho social que, en nuestro específico estudio se la utilizó con los dueños o arrendatarios que laboran en estos dos lugares estudiados del Centro Histórico de Quito. Los instrumentos utilizados ayudaron a conocer las opiniones más frecuentes sobre estos espacios. Es decir, si son positivas o negativas lo cual aportó criterios para determinar recomendaciones viables para el mantenimiento o mejoramientos de los dos lugares. Dentro de los modos de observación no participantes podemos citar otras estrategias de investigación basadas en el trabajo intensivo a través de entrevistas individuales en profundidad o grupos de discusión como lo indica Castro. (Castro & Toro, 2015, p. 72).

Para aplicar el método cuantitativo analítico en la recolección de datos se utilizó un instrumento estructurado como la encuesta, como ya se ha dicho, que nos permitirá recolectar información de los atributos y variables del grupo del estudio. (Hernández, S. Fernández, R & Baptista, L. (2010) como se citó en Arévalo, J. & Villareal, A. (2019).

Estos fueron algunos de los principales elementos que las encuestas se propusieron indagar:

1. Identificar la percepción de los moradores y propietarios de los predios sobre los corredores culturales de La Ronda y San Marcos.
2. Reconocer los usos actuales de los espacios que sirven para ocio y recreación en la calle La Ronda y el barrio San Marcos.
3. Caracterizar el perfil de visitantes que frecuenta la calle La Ronda y el barrio San Marcos de acuerdo a sus motivaciones y frecuencia de visitas a esos destinos.

Con la información recolectada de la observación no participante se conoció el número de establecimientos en cada zona, 80 locales en el sector de La Ronda y 36 en San Marcos. Se calculó el tamaño de muestra con una población finita con los siguientes elementos:

Cálculo de muestra universo conocido:

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza deseado

p = Estimador de la proporción de la población

q = Proporción de la población de referencia.

n = Tamaño de la muestra.

E = Error máximo admisible.

La Ronda

San Marcos

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)(E^2)+z^2pq}$$

$$n = \frac{80(1,64)^2(0,5)(0,5)}{(80-1)(0,10)^2+(1,64)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{53,792}{1,4624}$$

$$n = 36$$

Para identificar el perfil del turista que v
formula estadística de poblaciones de uni
p.317).

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)(E^2)+z^2pq}$$

$$n = \frac{36(1,64)^2(0,5)(0,5)}{(36-1)(0,10)^2+(1,64)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{24,2064}{1,0224}$$

$$n = 23$$

utilizó la
n, 2008,

Cálculo de muestra universo desconocido:

z = Nivel de confianza deseado

p = Estimador de la proporción de la población

n = Tamaño de la muestra.

E = Error máximo admisible.

$$n = p(1 - p) \left(\frac{z}{E} \right)^2$$

$$n = 0.50 (1 - 0.50) \left(\frac{1.64}{0.10} \right)^2$$

$$n = 67$$

Por otro lado, para la fase de investigación cualitativa descriptiva se utilizó como instrumento de investigación la entrevista semiestructurada, cuyo objetivo es conocer la individualidad y comprender la perspectiva del entrevistado, manteniendo una conversación flexible basada en preguntas para obtener descripciones sobre el fenómeno de estudio que nos permitieron obtener datos narrativos para investigar las opiniones de las personas a mayor profundidad tal cual lo sugiere Alshenqeti. (Alshenqeti, 2014)

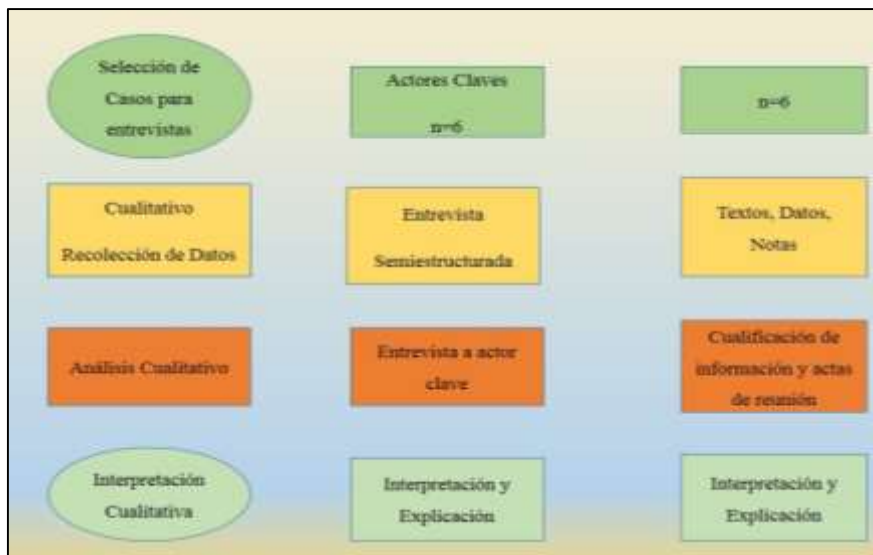
Se identificó a los principales actores de los sectores en estudio, como presidente del barrio, representante del gremio de artistas y otros, en los casos en que no se localizó a estos representantes, se buscó a algún emprendedor representativo de estos corredores culturales. También se entrevistó a miembros de las Unidades de Policía Comunitaria (UPC), y a un representante de la Iglesia. La investigación abordó, además, a un representante de uno de los hoteles que se encuentran en La Ronda y San Marcos; uno de cada lugar y, finalmente, se entrevistó a un actor perteneciente al sector gastronómico en el sector.

En cuanto a los instrumentos de recolección de información primaria para las entrevistas se buscó organizarlas con varios criterios tales como: perfil sociodemográfico, visión del espacio local y gobernanza turística. En la visión del espacio local se incluyeron indicadores como impactos económicos, socioculturales y ambientales del turismo. Las entrevistas semi-estructuradas estuvieron organizadas en tres bloques: El primer enfoque estuvo dirigido para saber el perfil sociodemográfico, el segundo enfoque para saber la percepción de los residentes y personas que ocupan los inmuebles dedicados al sector turístico con respecto al uso del espacio local. Se incluyeron también, ítems sobre impactos económicos, socioculturales y ambientales del turismo, tanto positivos como negativos e iniciativas de mejora que podrían hacerse en estos corredores siguiendo los aportes de Canalejo. Canalejo et al. (2012) citado en (Barriga, Osorio, & Guijarro, 2018).

Este trabajo de investigación se propuso realizar un estudio de campo in situ con la finalidad de observar y describir las características visuales del recurso, atributos, infraestructura, actividades y servicios actualmente ofertados en el espacio que está identificando el estudio. Con los resultados obtenidos del mismo se elaboró un FODA para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que poseen los recursos turísticos de La Ronda y San Marcos; mediante este análisis se identificaron los aspectos a mejorar y cuáles deberían mantenerse. Finalmente, los resultados obtenidos de las diferentes técnicas e instrumentos de investigación primaria sirvieron como base para proponer un conjunto de estrategias de mejora, que podrían ser aplicadas y ejecutadas por los diferentes actores claves involucrados en el desarrollo de la actividad turística, de La Ronda y el barrio de San Marcos.

Gráfico 1: Flujograma de la metodología





2. CAPÍTULO II: OCIO Y RECREACIÓN EN ESPACIOS PATRIMONIALES EN CASOS DE ESTUDIO DE SUDAMÉRICA

2.1. Ocio y recreación en espacios patrimoniales

La evolución del concepto de ocio ha cambiado desde los griegos hasta hoy, dándose una interpretación diferente en cada etapa de la sociedad. En sus inicios el ocio era preservado para la aristocracia cuya política era una actividad productiva; aunque también el ocio era una actividad no utilitaria aparentemente y propia de los seres dotados de inteligencia y libertad (Primo, 2017). Este autor sostiene que hay un ocio productivo y *otium cum dignitat* que, desde la posición de Cicerón, es el tiempo libre aprovechado en la preparación intelectual. También Primo señala que para inicios del siglo XXI “la industria cultural es atraída y absorbida por la proximidad de otras industrias que invaden el tiempo libre” (Primo, 2017). La interpretación histórica de este autor sostiene que la industria de la cultura y el ocio abarcó un grupo de actividades económicas que de forma directa, se relacionan con la generación de derechos de propiedad intelectual, siendo estas actividades: teatro, música, danza, cine, radio, televisión, pintura, edición, parques recreativos, museos, etc., y también por todas aquellas actividades indirectamente relacionadas con la producción de bienes culturales, es decir, aquellas que sirven de medio o soporte para la difusión, divulgación y distribución de las producciones culturales y de ocio como lo sostiene (García et al, 2009 citado en Primo, 2017, pág. 7).

2.1.1. Conceptualización del ocio y de la recreación

Los conceptos de ocio y recreación se relacionan. El primero es “esparcimiento o recreo”. El término hace referencia a las actividades que se desarrollan durante el tiempo de ocio (Sáez, s.f). El ocio y la recreación tienen como similitud que ambos constituyen un derecho de toda persona que, por su fácil acceso, se ha convertido en una parte de las actividades económicas productivas, siendo relevante para el crecimiento económico de las distintas sociedades (como se cita en Puertas, 2007, pág. 37). Por otro lado, el ocio tiene características subjetivas y están fuertemente influidas por el contexto cultural de las sociedades en que vivimos. Por tanto, lo que determina al ocio no es tanto el espacio, sino el tiempo a la actividad en la que se tiene lugar, así como el significado personal y social del mismo (Pere, 2010). La valoración que se hace al ocio en la actualidad está en función de la manera y del cómo es empleado el tiempo, dedicándolo a actividades conexas que generen satisfacción, incluyendo factores cuantitativos y cualitativos.

El ocio es definido como una actividad humana que produce grandes beneficios y comprende expresiones cuyos elementos son de naturaleza física, intelectual, social, artística o espiritual, que influyen en la calidad de vida de las personas (Puertas, 2007). El ocio, al igual que muchas cosas ha sufrido cambios, desde su interpretación tradicional adaptándose y evolucionando en la sociedad en torno a los intereses y costumbres de las personas. El ocio hace parte de las formas individuales en las

cuales las personas reportan beneficios en su tiempo libre; el ocio está ligado al entretenimiento. De igual manera el ocio se relaciona con el tiempo libre, el turismo y también los establecimientos turísticos, es decir con el sistema turístico con su industria. Sin embargo, un aspecto a tener en cuenta con respecto al ocio es la democratización del mismo, es decir que ahora implica la existencia de niveles o de prácticas del ocio como un derecho para todos. El autor Puertas establece que el ocio está situado dentro de los espacios de tiempo libre, cuya condición es la disponibilidad de tiempo de cada persona y que queda totalmente alejado de las obligaciones sociales (Puertas, 2007, pág. 37) Cabe recalcar la diferencia que existe entre ocio y tiempo libre; así, el ocio puede ser una actitud de la persona, una vivencia propiciada por un estado mental, que le permite disfrutar de algunas cosas específicas, con las que cualquier otra persona no tiene por qué disfrutar. Mientras que el tiempo libre, trata de algo totalmente subjetivo y este, a su vez, depende de cada persona para ser identificado como tal (Puertas, 2007, pág. 41).

El ocio beneficia a los individuos en las actividades de tiempo libre por lo que indirectamente está en relación con el entretenimiento y esto, a su vez, genera actividades económicas agrupadas en la cultura y conocimiento. Un ejemplo claro de lo que antes se lo relacionaba estrictamente con ocio, ahora pasó a ser una actividad menos relevante. Por ejemplo, antes ver televisión era un acto de recreación muy arraigado; ahora, ver televisión ya no es tan importante como movilizarse. Incluso se han generado cambios profundos en las relaciones económicas y sociales en torno al ocio, constituyéndose un nuevo tipo de ocio que antes ni siquiera se lo podía imaginar. En la actualidad los públicos tradicionales se han convertido en nuevas audiencias, ya que persiguen nuevas ofertas que les permiten satisfacer no sólo la dimensión lúdica del ocio, sino también otras que respondan a inquietudes personales mucho más definidas como lo sostiene Goytia (Goytia, 1998 citado en Puertas, 2007). Por consiguiente, el ocio ahora no es concebido como lo fue anteriormente, puesto que es una actividad en evolución, también existen niveles de ocio que muchas veces van en discrepancia con los derechos de ocio innatos a una persona. En estos niveles, el primer tipo de ocio lo practica el pueblo y está en la base de la esfera social, ya que no necesita de requisitos específicos previos, y en muchos casos, ni de una estructura ni de una economía, es el que correspondería al tipo de ocio cotidiano que es realizado precisamente por esas capas más básicas de la sociedad; es, por tanto, el ocio popular. Mientras que el otro nivel es el que se tiende a imitar, el que casi siempre marca la pauta a seguir y representa el modelo a reproducir, es el que sí necesita de más requisitos y de más recursos previos, el que tienen mayor dependencia de una inversión económica (Puertas, 2007, pág. 125).

El ocio se ha adaptado a la evolución mostrada por las sociedades, en torno a intereses de los individuos y costumbres. Los elementos que han ayudado a la adaptabilidad del ocio han sido la estabilidad económica, la política, los desarrollos tecnológicos, los intereses (necesidades y motivaciones), la cultura, el conocimiento; y, finalmente, las modas que ha dado un paso para convertir del ocio tradicional a un ocio democrático. Así una de las consecuencias más importantes de

la democratización del ocio es el cambio en sus audiencias o públicos que configuraron la demanda: de una élite exclusivista se pasa a una posibilidad de consumo mucho más amplia. El planteamiento de Goytia (en Puertas, 2007, pág. 36) según la reflexión que se hace en ese texto lleva a pensar que la democratización del ocio es la consecuencia de la voluntad de emular, por parte de esferas medias o bajas de la sociedad, las actividades que tradicionalmente han sido realizadas por capas más altas. Esto podría interpretarse en nuestro trabajo como que el salir de paseo al Centro Histórico de Quito sirve para a más de recrearse, también para no ser estigmatizado. Continuando con el pensamiento de este autor, se señala que las nuevas audiencias que ejercen el ocio pueden querer también perseguir a la ostentación que, hasta hace poco, estaba sólo al alcance de algunos pocos miembros de las élites. Por eso el autor señala que una consecuencia de la democratización del ocio es la diversificación que ha sufrido la oferta. Ya que por una parte se mantienen las ofertas tradicionales, también se detecta una tendencia a abrir nuevos horizontes de actividades que satisfagan al contingente de nuevas demandas (Puertas, 2007).

2.2. Situación actual del ocio y recreación en La Ronda y San Marcos

Quito es considerada como una capital con potencial cultural, económico y ecológico a nivel global. En cuanto a su geografía, está es extremadamente irregular. Desde los años 1920, la ciudad se ha caracterizado por la baja densidad y la falta de estructuración morfológica (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito , 2014, pág. 6). EL Distrito Metropolitano de Quito (DMQ), se encuentra localizado sobre la región central de la Sierra ecuatoriana en la Provincia de Pichincha. Políticamente este espacio geográfico está dividido en 32 parroquias urbanas, agrupadas en 8 administraciones zonales. Una de sus problemáticas principales se encuentra en la administración del Centro Histórico, desde los años 70, ha sido víctima de un deterioro físico y social que actualmente es visible. Distintos Gobiernos descentralizados de Quito, han intentado reanimar al centro y dotar de una mayor densidad y dinámica urbana, aunque la imagen del centro está afectada por la falta de control y mantenimiento convirtiéndose Quito en un lugar de disputas y de conflictos. Por ejemplo, dentro del Centro Histórico encontramos grafitis, señaléticas e inversiones auto gestionadas que han dañado la identidad colonial original, (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito , 2014, pág. 30).

A pesar de esta problemática el centro se convirtió y se ha convertido en una “zona urbana funcional de la ciudad contemporánea, en la que el uso turístico es cada vez más importante” (Moragas, s.f., pág. 16). Por lo cual el mismo centro ha sido espacio de desigualdad. Habiendo procesos de recualificación cultural urbana, en los que la cultura y de manera específica, el patrimonio cultural, está en disputa. Generando en el casco Histórico de Quito (CHQ) “principios de estructuración de las ciudades asociadas al estilo de vida” con estilos de construcción que se ven marcada por la reapropiación capitalista de la ciudad” (Delgado, 2007, pág. 6). Estas maneras de concebir la realidad en la ciudad y

en la parte urbana han creado una tendencia que en lo cultural y patrimonial tiende a invisibilizar la pobreza, el racismo, la situación de calle, la migración y la exclusión social (Durán, 2015). Por otra parte, Precedo & Orosa (2010) enfocan la calidad de vida urbana como principal ventaja competitiva convirtiéndose en una nueva intención de proyectar la ciudad en el exterior y así poder captar nuevas inversiones y empresas, en las cuales haya un desarrollo urbano basado en la planificación estratégica enfocada en la cultura como un nuevo campo de apoyo a la competitividad urbana.

En el presente trabajo académico, este contexto y reflexión de los actores ayuda a mirar el complejo contexto de la cultura y, específicamente, de la actividad turística en lugares como los corredores culturales de Quito. Esta comprensión contribuye a la elaboración del perfil del visitante que frecuenta la calle La Ronda y el barrio San Marcos a través de la visualización de sus características sociales, económicas y motivacionales. Puesto que por una parte la oferta existente de La Ronda y San Marcos, siguen manteniendo audiencias tradicionales que visitan el sitio para fines lúdicos y de recreación. También hubo un cambio de audiencias que por falta de control y desorganización en estos lugares, han hecho que pierdan estos lugares relativamente su significado. Racines menciona que existe una oferta tradicional, aunque también hay propuestas que buscan fomentar el turismo como iniciativas de desarrollo (Racines, 2012).

Dentro de las características de la ciudad de Quito se calcula que hay 2'414.585 habitantes repartidos en sus 65 parroquias urbanas y rurales. En las parroquias urbanas está concentrado el 70% de la población que asciende a 1'688.628 habitantes (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2014, pág. 14) lo que supondría una oportunidad para el aprovechamiento de estos lugares por el flujo de visitantes. Como dato interesante se conoce que en los últimos 30 años la población del distrito se ha duplicado de 1'083.600 habitantes en 1982 ha 2'414.585 en 2014. También se conoce que el grupo de habitantes entre 18 y 29 años es el más numeroso, mientras que el grupo de 65 en adelante es el más pequeño. También la población femenina representa el 51,4% de la población total del DMQ, los hombres representan el 48,6% restante. Es decir que una identificación actual del perfil del visitante nos permitiría tener una idea para estrategias de ocio y de turismo para públicos posicionados y públicos que aún no se los conoce.

2.2.1. Geografía de San Marcos

San Marcos ha sido catalogado con una imagen de una ciudad de museo detenido en la historia, siendo un laboratorio de vida en la que las memorias de lugares tradicionales, permiten renovar e impulsar la cotidianidad actual, para proyectarla como fundamentos de la identidad y al mismo tiempo de empoderamientos dentro de la ciudad. Para que esto pase la búsqueda de un ocio inclusivo con la participación de las poblaciones locales es de suma importancia; puesto que ellos mantienen una relación directa con la historia. En el barrio San Marcos se presenta la memoria de un barrio con potencial turístico cultural, en el que se identifica construcciones importantes tales como el Monasterio

de Santa Catalina, el templo de San Marcos y sus edificaciones civiles; así como los hechos históricos protagonizados por la misma gente en relación cultural con el eje de la calle Junín y que han ido perdiendo su relevancia, pero que significan una parte trascendental en la historia del casco colonial. Cevallos, (s.f.) considera que existen dos Centros Históricos; uno es el que ocupa la parte central, alrededor de las plazas emblemáticas, donde los segundos pisos son bodegas o están vacíos, las puertas metálicas se cierran a las cinco y todo luce abandonado, donde los turistas (de allá y de acá) se paran por un momento para tomarse la foto. El otro es el Centro de los barrios, de las casas familiares, de la tiendita del vecino, la del sastre y el carpintero. En San Marcos, según refiere ese estudio, el barrio se organiza alrededor de la calle Junín que viene a ser lo que nos queda de la geografía original, porque es cosa sabida que cada barrio del Quito colonial estaba prácticamente aislado por las quebradas que lo rodean (Cevallos, 2014).

2.2.2. Historia de San Marcos

Nuestro trabajo ha retomado la semblanza de este barrio que está plasmada por la autoría de la Casa Gangotena que retrata a este barrio en los siguientes términos: “San Marcos, fue fundada en 1580, el estilo de arquitectura es principalmente republicano o neo-clásico y sus edificios están pintados en colores pasteles con cortinas limpias, además sus casas poseen geranios y banderas colgando de los balcones” (Casa Gangotena, 2018). San Marcos, como es de conocimiento público es uno de los barrios coloniales íconos de la historia, también tiene un pequeño cerro rodeado por la quebrada de Manosalvas y la de las Terneras que terminan uniéndose en lo que ahora es la Marín, para desaguar finalmente en el Machángara. En la cima del cerro, hay una vía alargada desde la que se distribuye el trazo de calles del barrio. Imaginando San Marcos hace unos cien años es posible configurar la lógica de diferenciación con los barrios vecinos. San Marcos también servía como conexión para llegar a la Loma Grande. Uno que desembocaba en la Flores para alcanzar la plaza de Santo Domingo, para llegar al Arco y entrar por la Rocafuerte y el otro que se bajaba y se subía la quebrada (Cevallos, 2014).

Este barrio combina la expresión artística de Quito, su historia, su sentido de comunidad e idiosincrasia, sus casas con increíbles vistas a la emblemática Virgen del Panecillo y al sur de la ciudad. Algunas casas son coloniales, como la Casa Museo de la Acuarela Muñoz Mariño, con sus interiores de piedra y sus corredores que conectan a espacios abiertos. Por otra parte, en la calle Junín aún se encuentran tiendas de barrio, manejadas por las mismas familias que siguen viviendo aquí. De igual manera se sigue vendiendo comida típica como: tortillas de maíz en las calles y otros platos tradicionales (Casa Gangotena, 2018).

2.2.3. Geografía de La Ronda

El barrio de La Ronda, según lo refiere (Durán, 2015), está ubicado en el extremo sur del Centro Histórico de Quito, está hoy constituido por dos largas cuerdas. De sus 36 casas registradas en los

inventarios municipales, o lo que queda de ellas, un tercio serían coloniales (siglos XVII y XVIII). Están montadas sobre un chaquiñán prehispánico, al borde de la antigua Quebrada de Ullaguanguayco, que hacia 1920 terminó de ser rellenada en su lado superior para convertirse en un boulevard y avenida, “24 de Mayo”, a tono con el proyecto urbano que permeaba a las ciudades latinoamericanas de la primera modernidad. A partir del 2005, el barrio La Ronda fue intervenido a través de un proyecto implementado por la instancia encargada de la ejecución de la política patrimonial en el Centro Histórico de Quito: el Fondo de Salvamento del Patrimonio de Quito (FONSAL), (Durán, 2015).

2.2.4. Historia de La Ronda

“En el Plan Especial del Centro Histórico”, La Ronda se encontraba dentro de los barrios en deterioro por presentar problemas de inseguridad, prostitución, tugurio, desempleo, por lo que la Municipalidad a través del FONSAL decidió ejecutar el Proyecto de Rehabilitación Urbano Arquitectónica de La Ronda”. El Centro Histórico se veía con una urgencia de intervención ya que mantiene una “importancia histórica, simbólica y funcional”, (Durán, 2015).

Si bien La Ronda es ahora un lugar tradicional, este lugar fue ocupado por migrantes, antiguamente. En el interior de las casas se encontraban patios estrechos y gradas angostas siendo escenarios donde se desarrollaba el drama de la vida de cientos de familias, que ocupaban muchos de estos espacios pequeños e improvisados, donde los cables de luz sueltos compiten por el espacio con los alambres de tender la ropa” Un artículo que data de 1997, muestra la problemática existente en la cual solo quedaban 5 propietarios. A fines de los 90 e inicios del 2000, por efecto de la crisis económica, las personas migraron a otros países, donde vinieron mucha más gente, mayormente arrendatarios.

2.2.5. Procesos de Gentrificación en La Ronda

Se entiende, como ya se mencionó en anteriores páginas, que la gentrificación es la reestructuración espacial de una determinada área urbana, lo cual implica el desplazamiento de los residentes de bajos ingresos que habían vivido en estos espacios (Rojo, 2016).

En este estudio se pudo observar que existe gentrificación en La Ronda y, en menor proporción en San Marcos. Sobre este fenómeno Durán, sostiene que se debe a algunos factores entre ellos el impacto de la concepción de la modernidad que tiene una faceta destructiva “de encarar el progreso dando la espalda a lo viejo” (2015).

En el Centro Histórico de Quito, se ha hecho evidente un proceso de espectacularización del mismo, que ha ido generando una fuerte tensión entre las políticas y proyectos que se orientan a reforzar por un lado el carácter patrimonial de valor universal, el destino turístico global y el nuevo lugar residencial con “vibra” (Zukin, 2010 citado en Durán, 2015), destinado a ciertas élites, así como la recuperación del llamado “espacio público” y, por otro lado, las prácticas y dinámicas locales,

vecinales y cotidianas de quienes habitan dicha monumentalidad. Es en este marco global y de economía política que la calle La Ronda, habría sido abandonada y “devuelta” a la ciudadanía (Durán, 2015, pág.26). En varios contextos y en especial de la administración de la ciudad y el mercado inmobiliario dieron la espalda a la centralidad histórica en medio de aires modernizadores, como sucedió en muchos países del continente en que los procesos de renovación/ relegación urbana derivados del proceso de urbanización/ desarrollo demostraron la capacidad de la modernidad de producir sus propias ruinas, de encarar el progreso dando la espalda a lo viejo. Siendo este el destino de buena parte de los centros históricos de Latinoamérica, como también lo fue el de los barrios marginalizados que crecieron incontenentes en el marco de políticas neoliberales que agudizaron la situación de pobreza en las urbes latinoamericanas (Durán, 2015, pág. 27).

Para el año 2006, las decisiones y voluntades se iban articulando para generar acciones de recuperación “del Centro- Histórico”, involucradas conjuntamente con dinámicas que fundamenten un mercado turístico-patrimonial creciente, generando un imaginario de un Centro Histórico que fue abandonado por sus ocupantes “legítimos”. Los antiguos habitantes del barrio recuerdan al menos cuatro iniciativas que buscaron producir tanto un lugar de distinción como un destino turístico. La primera corresponde a la Fundación Hallo que, hacia fines de la década del 70, se propone transformar el pequeño barrio al estilo europeo, con galerías, cafés, etc. e invierte en el lugar, instalándose una galería y una biblioteca.

2.2.6. Áreas Patrimoniales y tipologías de ocio

Como ya se mencionó, el ocio ha ido sufriendo una transformación al igual de los tipos de turismo. Entre ellos encontramos el turismo urbano que se realiza dentro de una ciudad y comprende todas aquellas actividades que realizan los turistas y visitantes durante su estancia en la ciudad. Existen varias tipologías de turismo urbano y la clave para definir cada tipología son las actividades principales que se realizan. Otros factores que han modificado a estos lugares patrimoniales han sido el turismo y la globalización que han afectado a estos sitios y no solo desde la vivienda sino desde la concepción del patrimonio, siendo considerado al patrimonio, según Eduardo Kingman en el año 2004, como una construcción cultural que se desarrolla dentro de determinados campos de fuerzas sociales, étnicos y de género como lo refiere Durán. (Durán, 2015, pág. 32). (...)

También el patrimonio involucra la cultura, la memoria y la hegemonía cultural y en su sentido más difundido, institucionalizado y dominante, el patrimonio cultural ha sido concebido como una herencia o un acervo del pasado, digno de ser conservado para futuras generaciones, que toma como base la tradición y se relaciona con los grandes mitos fundadores de la nacionalidad y la identidad (Anderson, 1993 citando en Durán, 2015). Anteriormente, el patrimonio, ha estado investido de un carácter estático, asociado a nociones de conservación y preservación, desde las cuales se ha naturalizado a nociones de conservación y preservación, elementos que son necesarios proteger y mantener

invariables a lo largo del tiempo, pues dotan de identidad y sentido de continuidad a los pueblos. En el caso de Quito conforma la herencia colonial y su simbología católica, representadas por obras artísticas y monumentos, con algunas tradiciones y elementos de las culturas precolombinas. Sin embargo, este patrimonio constituye un “campo de fuerzas”, un espacio de disputas entre ellas: social relacional en el sentido dado por Bourdieu (1997), en el que se disputa el paso, las condiciones del presente y los imaginarios de futuro. (Durán, 2015, pág. 4)

En los corredores culturales que investigó el presente estudio, se evidenciaron algunas de esas fuerzas en oposición o disputas. Sostiene Durán que “lo patrimonial por tanto se constituye como un “campo de fuerzas”, un espacio político en la cual planificadores urbanos hacen de la “cultura” como “recursos” centrales en el desarrollo de ciudades a escala global” (Durán, 2015, pág. 4). En estos lugares a consecuencia del ordenamiento y reestructuración, han hecho que se dé un proceso que por lo menos en la calle La Ronda bastante evidente. Dándose la gentrificación que es un anglicismo que alude a la recomposición socio-cultural de los centros urbanos, por vía del desplazamiento de la clase obrera y su sustitución por clases medias, proceso que, además de la cuestión de clase, se relaciona hoy con estilos de vida y nuevos consumos y patrones culturales relativos al proceso de globalización (Durán, 2015). “En si el patrimonio vendría a reforzar la idea de “ciudadanía” como un demarcador de la inclusión/exclusión o pertenencia a la ciudad, invisibilizando las prácticas de lucha de los ciudadanos por el derecho a la ciudad” (Holston y Appadurai, 1999) en las que se construye un tipo de “ciudadanía insurgente”, capaz de desestabilizar los marcos instituidos, y transformar la ciudad desde las luchas y demandas de los grupos y colectivos urbanos (Holston citado en Durán, 2015).

El autor sostiene que todos estos aspectos han producido un vaciamiento y espectacularización en los centros históricos. Es decir, la estatización de barrios tradicionales urbanos que ha producido centros históricos escenográficos y homogéneos para el turismo, (Kirschenblatt-Gimblett citado en Durán, 2015). Por otro lado Augé (2003, pág. 69) plantea que su transformación en espectáculo se vuelve patente en “ el enlucido de los inmuebles, en las ciudades embellecidas con flores, en la restauración de las ruinas, en los espectáculos de “luz y sonido” en las iluminaciones, en los parques regionales, en el acondicionamiento y la protección de los grandes parajes naturales” pero además, “en la expresión mediante imágenes de la actualidad, en la simultaneidad del acontecimiento y de su representación en la vida política, deportiva o artística, es decir, en su amplia circulación en la industria cultural (Durán, 201, pág. 8).

2.3. Qué se entiende por corredor cultural en la actualidad

Como acciones a procesos de gentrificación, de turismo y de globalización, varias ciudades del mundo han emprendido en la parte urbana la utilización de la cultura como principal estrategia para un mejor convivir. Se han generado esfuerzos entre gobiernos urbanos para apelar a la cultura identificando ventajas diferenciadoras en las ciudades. Siendo sus ventajas comparativas y su singularidad, lo que

las ha llevado a rescatar lugares simbólicos y representativos u otros, en ciertos casos han sido inventados. La cultura se ha instalado en la agenda urbana y cada vez son las políticas orientadas hacia la construcción de una imagen de ciudad basada en cultura, el ocio y el turismo como clave de diferenciación y competitividad (Evans, 2003, Bayliss, et.al. citado por Duque, 2015). Para este autor la planificación urbana se ha querido concentrarse en la especificidad y crear iniciativas y procesos que mejoren la movilidad, el espacio público y combatan la pobreza con los ejes de la cultura. Duque, sostiene que: “La cultura es cada vez más el negocio de las ciudades, la base de sus atracciones turísticas y su única ventaja competitiva”. Ello, según su análisis, influye en la economía, en la potencialidad de las industrias culturales y en la nueva imagen de la ciudad “basada en la cultura y creatividad y que esta será atractiva para turistas e inversionistas” (Duque, 2015, pág. 26).

En estos procesos de exclusión y gentrificación de estos lugares patrimoniales: tanto en la calle de La Ronda y en San Marcos, ha habido una conformación de “ejes o corredores culturales” que son espacios públicos abiertos, con una oferta material y simbólica que incluyen lugares de ocio y equipamiento cultural en algunos casos con cierto grado de especialización y con una oferta comercial combinada de vivienda y servicios, según el estudio de Monito (Monito, 2006). El autor plantea que para el funcionamiento correcto de los corredores culturales debe haber “políticas culturales” e infraestructura física; añade su propuesta que se puede incluir “una agenda cultural permanente y diversa con exposiciones, conciertos, ferias y festivales, aunque también algunos de estos eventos tienen como finalidad dinamizar procesos de regeneración urbana y construir nuevos equipamientos” (García, 2004, Benneworth & Dauncey, 2010, Deseesa et.al., 2012). En la actualidad encontramos algunos ejemplos de corredores culturales entre ellos los que corresponde a ciudades de Sudamérica que son en Colombia como Bogotá y Medellín. Según el estudio, Bogotá para los 90, arrastraba serios problemas derivados del continuo crecimiento físico y demográfico con ausencia de un liderazgo fuerte y profundo con problemas siendo la ciudad un lugar hostil, cuya convivencia cada vez se agravaba más. Sin embargo, la ciudad ha cambiado no solo físicamente, sino que ha experimentado transformaciones en las formas de vivir, percepción, planeación y gobernabilidad de la ciudad, según sostiene el autor en referencia a la gestión administrativa. (Duque Franco, 2008).

El enfoque y perspectiva en torno a la cultura de esta ciudad propició una intervención diferente. En esta intervención habido una relación entre la cultura y planeamiento urbano, que ha sido abordada en cuatro perspectivas según la clasificación del autor:

1. La cultura asociada al comportamiento, es decir, la cultura ciudadana.
2. La cultura como una dimensión de la ciudad a escala humana que se traduce en equipamiento y espacio público.
3. La cultura desde la perspectiva de los derechos civiles, económicos, sociales y culturales y finalmente.
4. La cultura como estrategia de competitividad urbana.

Se busca, según este análisis, la creación colectiva de una imagen de ciudad actual y futura. También buscar la comprensión y el respeto de las reglas para generar identidad ciudadana y el sentido de pertenencia. “Impulsar la cultura popular y las manifestaciones artísticas y la modificación de los comportamientos individuales y colectivos que reñían fuertemente con la vida social de la ciudad a través de la autorregulación ciudadana y del rediseño y construcción de algunos espacios urbanos, en las cuales interactúan los ciudadanos” Duque propone estos objetivos para la configuración de los corredores culturales enmarcada en los llamados procesos de regeneración urbana, (2015).

Como parte de esos corredores culturales, Bogotá incorporó a bibliotecas en diversos espacios. Según reseñó Duque (2015), se construyeron cuatro mega bibliotecas que fueron integradas entre sí y con otros espacios públicos: como el centro cultural Biblioteca Julio Mario Santo Domingo. Estas bibliotecas, según el autor, se han convertido en referentes que tienen equipamientos multifuncionales que han contribuido a enriquecer y diversificar la oferta cultural educativa y de espacio público en la ciudad.

También la planificación contempló rutas, corredores, culturales, como parte de los procesos de renovación urbana ligados al Plan Zonal del Centro. La propuesta más emblemática de Plan Zonal del Centro fue la conocida como Manzana 5, iniciativa pública de 5800 m² para consolidar la vocación turística y cultural del centro de la ciudad. Planteándose la construcción de equipamientos culturales de alta jerarquía en el centro y en las demás centralidades de Bogotá, con el propósito de conformar una Red de Infraestructura Territorial Cultural para la creación, investigación y formación, circulación y apropiación del arte, la cultura, el patrimonio, la ciencia y la tecnología (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2006 citada en Duque,2015).

Se han presentado problemas con respecto al uso de suelo en los corredores culturales, y como alternativas de solución se deberían crear alianzas entre el sector público, privado con la opinión ciudadana. En el planeamiento cultural de las ciudades, la consolidación de rutas o corredores culturales, como parte de los procesos de renovación urbana ligados al Plan Zonal del Centro debería ser articuladora. Por medio de la reutilizando de edificaciones para fines turísticos y culturales con inversión conjunta del sector público y privado. En las posibles soluciones y estrategias como lo presenta Duque, anima a la generación de rutas culturales de gran escala articulando plazas, universidades, cafés tradicionales y edificaciones de valor arquitectónico. Para que la ciudadanía busque consumir a la parte cultural en los corredores culturales y a su vez esta parte cultural de cara a la ciudadanía podría brindar la condiciones para que los pobladores de la ciudad puedan “crear, difundir y hacer circular sus producciones culturales” y al mismo tiempo acceder a la oferta de bienes y servicios culturales (Duque, 2015: 35)

Duque, sostiene que la planificación urbana debe contemplar el ámbito cultural y pone como ejemplo a ciudades como Medellín y Bogotá en donde ese hecho ha realizado grandes transformaciones. Ello

con el apoyo de la difusión internacional y con motivaciones, reconocimientos y premios internacionales ayudados por campañas de marketing y publicidad. Así mismo Duque, manifiesta que los eventos culturales que esas experiencias en ciudad generan se revierten al interés de turistas y visitantes y generan inversiones nacionales y extranjeras. Creando un “círculo virtuoso”. El autor concluye, así mismo que, toda esta visión cultural en la ciudad, contribuye a posicionarla a nivel internacional. En el caso del Centro Histórico de Quito se podría generar ideas innovadoras desde el tratamiento distinguido por ser un Lugar Patrimonial, articulando infraestructura, productos o servicios y sobre todo sin excluir a la opinión de los residentes de estos corredores culturales de La Ronda y San Marcos

3. CAPÍTULO III: DEFINICIÓN DEL PERFIL DEL VISITANTE Y SUS MOTIVACIONES EN LA RONDA Y SAN MARCOS

En la metodología se mencionó que la información primaria se levantaría con fichas de percepción de los actores y fichas para saber el tipo de oferta existente en los corredores analizados. Por un lado, en “La Ronda”, se encontró una población finita de 80 establecimientos en total que se dedicaban a actividades relacionadas con el ocio y el turismo. Al calcular la muestra se pudo conocer que se debían levantar 36 fichas de percepción y de censo; ficha denominadas así para la posterior identificación. Mientras que en la calle Junín la población finita fue de 36 establecimientos en total dedicados al ocio y turismo, con una muestra de 24 locales en los que se debían levantar las fichas de percepción y de censo. Para la ficha de censo del establecimiento se levantó información para reconocimiento de cada lugar, que nos permitió conocer si la mayoría que trabaja allí son propietarios o arrendatarios; conocer la opinión sobre los arriendos y además se recolectó opiniones con respecto al uso, conflictos existentes, y en algunos casos, alternativas de solución, propuestas desde los propios moradores.

Por otro lado, para la ficha de perfil de visitante, se calculó una muestra de 67 encuestas en cada calle; ésta buscó conocer sobre las motivaciones y el perfil socio psico-demográfico de los visitantes y turistas que acuden a estos corredores culturales. A continuación, se hará el análisis de las preguntas realizadas en los instrumentos primarios de investigación.

3.1. Percepción de los moradores y propietarios de los predios sobre los corredores culturales de La Ronda y San Marcos

En los establecimientos de La Ronda la recolección de datos para la percepción se hizo en diferentes horarios y diferentes horas del día. Se presenta los datos estadísticos descriptivos y el análisis de la información primaria recolectada en las fichas. Siendo la primera pregunta la percepción en los establecimientos, de los días de mayor demanda de turistas y/o visitantes.

3.1.1. Días de mayor demanda de turistas y/o visitantes.

Tabla 1: Días de mayor demanda

Sector			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
La Ronda	Válido	Lunes a Viernes	6	16,7	16,7	16,7
		Fin de semana	28	77,8	77,8	94,4
		Feridos	2	5,6	5,6	100,0
		Total	36	100,0	100,0	
San Marcos	Válido	Lunes a Viernes	12	46,2	46,2	46,2
		Fin de semana	12	46,2	46,2	92,3
		Feridos	2	7,7	7,7	100,0
		Total	26	100,0	100,0	

Al consultar a los propietarios de los locales, sobre los días de mayor visita de los turistas podemos observar que el 78% de los consultados en el sector de La Ronda indica que los fines de semana son los de mayor afluencia, en tanto que, en San Marcos, el 46% indica que de lunes a viernes y el mismo porcentaje para fin de semana, podemos observar que la afluencia de visitas en el sector de San Marcos es constante

¿Cree usted que el servicio que prestan estos establecimientos en el sector y la cantidad de turistas ha, aumentado, se ha mantenido o disminuido?

Tabla 2: Percepción del crecimiento turístico

Sector		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
La Ronda	Válido Aumentado	3	8,3	8,3	8,3
	Se ha mantenido	12	33,3	33,3	41,7
	Ha disminuido	21	58,3	58,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0	
San Marcos	Válido Aumentado	8	30,8	30,8	30,8
	Se ha mantenido	10	38,5	38,5	69,2
	Ha disminuido	8	30,8	30,8	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

Los propietarios de los establecimientos de La Ronda, en un 58% consideran que la cantidad de turistas que visitan éste corredor ha disminuido, del mismo modo en el sector de San Marcos el 31% considera que ha disminuido la visita de turistas. En el caso de La Ronda el 8% de arrendatarios y propietarios, cree que la cantidad de turistas y visitantes ha aumentado. En tanto que en San Marcos el 31% cree que el turismo ha aumentado. Finalmente, en La Ronda el 33% menciona que el turismo se ha mantenido. En el caso de San Marcos el 38% manifiesta lo mismo. Eso quiere decir que, en San Marcos, no se ha sentido un cambio significativo de aumento o disminución. Siendo la cantidad de turistas y visitantes una constante sin mayor variación y una tendencia a la baja, pero no de una manera tan brusca como si ha pasado en La Ronda en la disminución de las visitas y turistas.

3.1.2. Número de personas trabajan en el establecimiento

Tabla 3: Total de Personas que trabajan en los establecimientos

La Ronda	N	Válido	36
		Perdidos	0
	Mínimo		1
	Máximo		22
	Suma		150
	Percentiles	25	2,00
	50	3,00	
	75	4,75	
San Marcos	N	Válido	26
		Perdidos	0
	Mínimo		1
	Máximo		12
	Suma		88
	Percentiles	25	1,00
	50	2,00	
	75	4,50	

El 50 % de los establecimientos del sector La Ronda emplea a tres personas, el percentil superior emplea cuatro personas con un máximo de 22 empleados. Generando un empleo directo a 150 personas, el 49 % (74) son mujeres. En el 47% (17) de los locales encuestados contestaron que trabajan extranjeros, el 24% (36) de los empleados son extranjeros y de éstos el 94% de nacionalidad venezolana.

El 50 % de los establecimientos del sector San Marcos emplea a dos personas, el percentil superior emplea cuatro personas con un máximo de 12 empleados; generando un empleo directo a 88 personas, el 41 % (36) son mujeres. En el 8% (3) de los locales encuestados contestaron que trabajan extranjeros, el 6% (5) de los empleados en el sector de San Marcos son extranjeros 100% de nacionalidad venezolana.

3.1.3. ¿Cree usted que la presencia de visitantes y turistas en la zona genera incomodidad e inconformidad a los moradores del sector?

Tabla 4: Incomodidad e Inconformidad

Sector	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
La Ronda	Válido Si	6	16,7	16,7
	No	30	83,3	100,0
	Total	36	100,0	100,0
San Marcos	Válido Si	8	30,8	30,8
	No	18	69,2	100,0
	Total	26	100,0	100,0

El 83% de los propietarios de locales del sector La Ronda indican que el funcionamiento de los locales no genera incomodidad e inconformidad a los moradores del sector siempre y cuando, estos locales sean culturales. En tanto que el 16% de los propietarios de La Ronda cree que si hay una inconformidad con los visitantes. En cuanto a San Marcos el 30% cree que si hay una inconformidad y el 69% no cree que se genere una inconformidad con los turistas y visitantes.

3.1.4. ¿Describa el conflicto?

Tabla 5: Las razones de inconformidad

Sector	¿Describa el conflicto? ^a	Respuestas		Porcentaje de casos	
		N	Porcentaje		
La Ronda	¿Describa el conflicto? ^a	Ventas ambulantes	1	12,5%	16,7%
		Conflicto socio cultural	3	37,5%	50,0%
		Gentrificación	2	25,0%	33,3%
		Inseguridad	2	25,0%	33,3%
		Total	8	100,0%	133,3%
San Marcos	¿Describa el conflicto? ^a	Conflicto socio cultural	4	40,0%	50,0%
		Barrio residencial	1	10,0%	12,5%
		Gentrificación	3	30,0%	37,5%
		Inseguridad	2	20,0%	25,0%
		Total	10	100,0%	125,0%

La principal variable de conflicto es socio cultural, que se produce principalmente por el país de procedencia de los empleados y nuevos moradores. En La Ronda con 38% y en la calle Junín, con un 40%. Otra variable de alta percepción es la gentrificación, que en el caso de La Ronda es de 25% mientras que en San Marcos es de 30%. La gentrificación atribuye al desplazamiento de los residentes originales por el cambio de uso del espacio del residencial a un uso comercial. Finalmente, la inseguridad es otra variable de conflicto, aunque cabe recalcar que la sensación de inseguridad, no es en las calles de estudio, sino más bien en las calles aledañas. En el caso de La Ronda, la calle Guayaquil, también la Plaza de Santo Domingo y el Boulevard 24 de mayo. Mientras que en la Junín la percepción de inseguridad es en calles lindantes hacia la Marín. Los porcentajes son 25% en La Ronda y 20% en San Marcos respectivamente.

3.1.5. ¿Cómo cataloga el funcionamiento de estos locales en la zona?

Tabla 6: Percepción de los locales en la zona

Sector		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
La Ronda	Válido				
	Positivo	17	47,2	47,2	47,2
	Negativo	10	27,8	27,8	75,0
	Indiferente	9	25,0	25,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	
San Marcos	Válido				
	Positivo	16	61,5	61,5	61,5
	Negativo	3	11,5	11,5	73,1
	Indiferente	7	26,9	26,9	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

Al consultar la percepción de como catalogan los propietarios el funcionamiento de los locales en cada sector de estudio, el 47% fue positivo en La Ronda y en el caso de la calle Junín fue de 61%. Este porcentaje toma en cuenta la percepción acerca de los locales culturales y establecimientos que generan un aporte “positivo” en el barrio. Por otra parte la percepción negativa del funcionamiento de los locales en la zona es del 27.8% que corresponde a “La Ronda” y en el caso de San Marcos el porcentaje es de 11%. En la opinión de indiferencia el 25% corresponde a “La Ronda” y 26,9% en San Marcos. Es decir, en esta variable no se manifestaba una opinión para generar un malestar o un beneficio.

3.1.6. ¿Conoce usted algún problema social que afecte al sector turístico del sector? ¿Describa el conflicto?

Tabla 7: Problemas sociales que afecten al sector turístico

Sector	¿Describe conflicto social? ^a		Respuestas		Porcentaje de casos
			N	Porcentaje	
La Ronda	¿Describe conflicto social? ^a	Inseguridad	31	34,1%	86,1%
		Migración	8	8,8%	22,2%
		Prostitución	11	12,1%	30,6%
		Consumo y/o venta de drogas	13	14,3%	36,1%
		Conflicto socio cultural	9	9,9%	25,0%
		Mendicidad	19	20,9%	52,8%
		Total	91	100,0%	252,8%
San Marcos	¿Describe conflicto social? ^a	Inseguridad	21	33,3%	80,8%
		Migración	13	20,6%	60,0%
		Prostitución	4	6,3%	15,4%
		Consumo y/o venta de drogas	10	15,9%	38,5%
		Conflicto socio cultural	7	11,1%	26,9%
		Mendicidad	8	12,7%	30,8%
		Total	63	100,0%	242,3%

Al consultar a los propietarios de los locales si conocen de algún un conflicto social que afecte al sector, el 100 % considera que, si conoce, entre las principales razones por las cuales creen que si existen conflictos sociales se detallan, en La Ronda: inseguridad con el 34,1%. Luego la mendicidad con un 20,9% y luego el consumo y/o venta de drogas. En San Marcos se considera la inseguridad como un problema social, también, la migración y también el consumo y/o venta de drogas. Siendo inseguridad el conflicto social más nombrado en los dos sectores, seguido de mendicidad en La Ronda y de migración en San Marcos.

¿Conoce usted algún conflicto ambiental que afecte al sector turístico del sector? ¿Describe el conflicto?

Al consultar a los propietarios de los locales; si conocen de algún conflicto ambiental que afecte al sector, el 100 % considera que, si conoce, entre las principales razones por las cuales creen que si existen conflictos ambientales se detallan:

Tabla 8: Problemas ambientales que afecten al sector turístico

Sector	¿Describe conflicto? ^a		Respuestas		Porcentaje de casos
			N	Porcentaje	
La Ronda	¿Describe conflicto? ^a	Basura	22	33,3%	61,1%
		Ruido	19	28,8%	52,8%
		Perros callejeros	6	9,1%	16,7%
		Contaminación visual	6	9,1%	16,7%
		Smog	7	10,6%	19,4%
		Malos olores	6	9,1%	16,7%
		Total	66	100,0%	183,3%
San Marcos	¿Describe conflicto? ^a	Basura	14	24,1%	53,8%
		Ruido	11	19,0%	42,3%
		Perros callejeros	13	22,4%	50,0%
		Contaminación visual	7	12,1%	26,9%
		Smog	8	13,8%	30,8%
		Malos olores	5	8,6%	19,2%
		Total	58	100,0%	223,1%

En los dos sectores, la variable basura es el conflicto ambiental más nombrado, que en el caso de “La Ronda” corresponde al 33% y en San Marcos es de 24%. Seguido de ruido en La Ronda con 28% y perros callejeros en San Marcos con 24%.

3.2. Perfil de la oferta de los corredores turísticos

Tabla 9: Perfil de la oferta de los corredores turísticos

Sector			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ronda	Válido	Cafetería	4	10,5	10,5	10,5
		Restaurante	14	36,8	36,8	47,4
		Centro de eventos / Hotel	1	2,6	2,6	50,0
		Taller artesanal / Artístico	10	26,3	26,3	76,3
		Confitería	2	5,3	5,3	81,6
		Local comercial	5	13,2	13,2	94,7
		Heladería	1	2,6	2,6	97,4
		Fundación Cultural	1	2,6	2,6	100,0
		Total	38	100,0	100,0	
San Marcos	Válido	Restaurante	2	8,7	8,7	8,7
		Centro de eventos / Hotel	2	8,7	8,7	17,4
		Hostel	1	4,3	4,3	21,7
		Taller artesanal / Artístico	7	30,4	30,4	52,2
		Museo	2	8,7	8,7	60,9
		Local comercial	7	30,4	30,4	91,3
		Casa Parroquial	1	4,3	4,3	95,7
		Centro de desarrollo comunitario	1	4,3	4,3	100,0
		Total	23	100,0	100,0	

En el sector de La Ronda la clasificación “Restaurante” presenta un 37% frente al 9% en el sector de San Marcos. En la observación no participante se pudo constatar que las categorías que se presentan como Restaurantes y Centros de eventos expenden bebidas alcohólicas. En el caso de La Ronda esos servicios de gastronomía van conjuntamente con música en vivo. En la mayoría de casos los restaurantes hacen cumplimiento de la normativa. Mientras que en otros establecimientos los reglamentos están únicamente escritos. No todo es malo puesto que el segundo porcentaje más alto en la calle “La Ronda” que es la categoría para taller artesanal/artístico, es de 26%. Mientras que, en el corredor de San Marcos, la categoría más recurrente fue taller artesanal/ artístico con un 30%. La segunda categoría que dio como resultado fue la referida al local comercial. En esto podemos decir que todavía se encuentran tiendas, también papelerías, consultorio odontológico, entre otros. Como dato del 100% en el sector de La Ronda el 89% de los locales posee RUC¹ o RISE², y el 81% tiene un certificado de funcionamiento y en el caso de San Marcos el 82% de los locales posee RUC o RISE, y el 74% tiene un certificado de funcionamiento.

3.3. Percepción de moradores

¹ Registro Único de Contribuyente

² Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano

Tabla 10: Percepciones de Moradores “La Ronda”

	Participante 1	Participante 2	Participante 3
1) Idea de negocio	Proyecto Municipal “Manos a La Ronda”	Tener un negocio propio que vaya con nuestra profesión.	La Ronda lleva 12 años de Regenerada, creándose muchos emprendimientos que en algunos casos no se han metido en la línea. “No se quiere volver a la degeneración y a la calle del olvido”. Allí surgió la idea del negocio tras la Recuperación. Por la administración del ex alcalde Paco Moncayo.
2) ¿Cuál es la misión, visión y valores del establecimiento?	Experiencia de turismo vivencial. No se quiere vender solo el producto, sino más bien que se entienda el proceso.	Dar buen servicio y dar una buena atención.	Conservar la autenticidad de la casa. Porque este bien es un bien material de mucha historia y sobre todo porque aquí vivieron mis abuelos, tatarabuelos y mi madre.
3) ¿A qué tipo de cliente busca llegar el emprendimiento? ¿Qué ofrece?	Nacionales y extranjeros que estén abiertos al proceso del chocolate.	Se enfoca en personas extranjeras de clase media y a jóvenes que después de graduarse de la universidad desean darse un gusto culinario y disfrutar de la vida.	Yo apunto al turista nacional para afianzar nuestras costumbres y tradiciones y al extranjero para hacerles conocer nuestra cultura.
4) ¿El concepto de negocio (productos y servicios) se ha mantenido o ha ido cambiando con el tiempo?	Sí se ha mantenido, a diferencia que ahora producimos chocolate.	Se ha mantenido en la esencia comida que es comida tradicional con un valor agregado y ahora se tiene que estar en concordancia con la tecnología para promocionar al local.	Se ha mantenido y también se ha ido cambiando la comercialización de los productos. Entre ellos los canelazos.
5) ¿Considera que el establecimiento ha contribuido en un proceso de recuperación del Centro Histórico?	Si se ha contribuido porque se ha generado un atractivo turístico	Si se ha contribuido en la visita a la misma calle.	Si, vivo, seguiré luchando para que ese proceso no termine porque siempre estamos tratando de innovar, pero innovar para que la tradición cultural de costumbres se mantenga y creo que nos consideramos como propietarios, como locatarios, como dueños de casa personas antiguas de viaja guardia y que somos de La Ronda.
6) ¿Tiene el establecimiento algún convenio con el	Si, por eso se paga un arriendo asequible a cambio se tiene que abrir	Trabajamos a través de Quito Turismo. Trabajamos con Rise y hace que no facturemos, por lo cual nos dan esa	No, no hay ningún convenio.

Municipio u otras entidades por estar ubicado en La Ronda?	de domingo a domingo de 10 am a 18 pm.	facilidad.	
7) ¿Qué opina acerca de la situación actual del turismo en el Centro Histórico y en la calle La Ronda?	Se ha deteriorado y aumentado la delincuencia.	Ha bajado el turismo aunque también es un lugar que siempre va a ser visitado por turistas y visitantes antes de ir a Galápagos u otra ciudad del Ecuador.	Es lamentable ver como un sitio tradicional el mejor conservado entre comillas es nuestro Centro Histórico este tan descuidado y lamentablemente no hay una decisión política para que esto mejore o cambie. Yo me quedo sorprendido porque he podido visitar a otros países y es mejor tratado. La gente entra a gobernar para su beneficio personal.
8) ¿Considera usted que el valor cultural de la calle La Ronda se ha ido invisibilizando por autoridades y ciudadanos?	Si porque ahora hay menos promoción para incentivar al ocio y turismo cultural.	Se ha ido perdiendo la vecindad y la comunicación no ha sido clara.	Si por autoridades sobretodo que no le dan el trato y no solo a La Ronda sino a todo el Centro Histórico con una peatonización que envés de mejorar los problemas han agravado. Entonces creo que si estamos invisibilizados.
9) ¿Cómo propondría usted desarrollar el manejo de los locales comerciales del sector para mejorar la percepción del visitante o turista?	Abrir los locales todo el día. Es decir, ampliar la oferta.	Trabajando todos para lograr un mismo objetivo. Se podría gestionar para que haya representaciones de cucuruchos y también gestión para que La Ronda tenga su participación en eventos deportivos como carreras de atletismo.	Que den facilidades para que el emprendimiento siga. No es cuestión de clavar tasas turísticas altas, que haya capacitaciones, haya propuestas, que haya salubridad y limpieza. Se trata de dar un buen servicio a los turistas. Falta demasiado de las autoridades.
10) Actualmente, ¿por cuáles medios de difusión se da a conocer La Ronda?	Periódico y radio.	Ahora se hace una promoción individual de cada local, pero se debería hacer más promoción de toda la calle y los locales.	Bueno yo pienso que turísticamente estamos en páginas, en los aeropuertos igual en los sitios que se genera el turista esta La Ronda con postales. Se ha hecho algunas filmaciones, también.
11) ¿Piensa que el Municipio u otras entidades de turismo deberían contribuir a la mejora del sector para incrementar el turismo?	Se tendría que fortalecer al proyecto. En las casas abandonadas el municipio debería intervenir para generar oferta complementaria.	SI. Porque el Municipio si ayudado. Ahorita por ejemplo se están pintando las casas. Entonces se debería decir. “La Restauración de La Ronda, vengan y conozcan”.	Sí debería.

<p>12) ¿Cuál es su diagnóstico con respecto a La Ronda (aspectos económicos, sociales, ambientales, legales) con el fin de que el lugar se puede regenerar y se puedan mitigar las amenazas y trabajar para las oportunidades?</p>	<p>No se ha sabido aprovechar al máximo las oportunidades.</p>	<p>Es importante un trabajo conjunto que vaya con las autoridades y las personas que trabajamos en “La Ronda”.</p>	<p>Se debería lograr una buena decisión turística y administrativa, que los sitios considerados zonas turísticas de importancia, deberían estar bien protegidos y cuidados. Pero si no hay eso. Nosotros como centro Histórico tenemos tasas turísticas elevadas.</p>
<p>13) ¿Qué compromisos deberían formarse entre los propietarios y arrendatarios de los predios que se encuentran en los corredores culturales para que en el turista La Ronda tenga otra concepción y vuelva a ser un lugar representativo de Quito?</p>	<p>Necesitarían saber el negocio que se quiere hacer por parte de los emprendedores. Se podría ganar mucho más vendiendo otro tipo de producto y también se debería respetar la normativa que ya existe pero no se aplica.</p>	<p>Se deberían hacer tratados comerciales para oferta y promoción de la oferta.</p>	<p>Unificarnos, mantenernos unidos. Mantener el mismo diálogo. La misma lectura que la misión siempre mantener la parte patrimonial y cultural, porque hay lugares para diversión, pero La Ronda la debemos mantener como un lugar familiar. Que vengan las familias de abuelos, de padres de abuelos a conocer nuestra gastronomía y nuestra cultura.</p>

	Participante 1	Participante 2	Participante 3
1) Idea de negocio de San Marcos	Es una de las primeras casas coloniales. El municipio en si ya tenía mucho interés en restaurar la casa. El sr Oswaldo Muñoz Mariño, arquitecto, pintor en técnica de acuarela. Riobambeño. Decide comprar esta casa y donar al Municipio y se decidió el espacio como museo.	Bueno yo estaba erradicado en Cuenca por algunos años, regresé a Quito hace dos años y vine a San Marcos a una bienal. Y me pareció un barrio nuevo, un barrio que tiene potencial. Decidí arrendar un espacio, sabiendo con mi experiencia visionando lo que más o menos va a pasar en San Marcos. Después empezaron a venir amigos a querer rentar en este barrio. Cesar Musso, Sangurima, Mauro Cardenas y éramos los del ex Legarda. Entonces me quede como un sitio estratégico.	Los dueños tenían una operadora. Entonces querían tener algo aquí en Quito. La idea de poner en San Marcos es porque sigue siendo un barrio tradicional y todavía es bastante residencial y como se puede observar hay talleres de artesanos, hay tiendas de restauración, Galerías de Arte y museos. Entonces es bastante cultural y también es atractivo para el turista. Pero no es un turismo masivo. Entonces esa fue una de las ideas principales.
2) ¿Cuál es la misión, visión y valores del establecimiento?	Yo creo que lo principal es el desarrollo y la enseñanza cultural. El espacio ha cambiado. Anteriormente conocido como Museo del dibujo y la Acuarela. Actualmente se llama Museo y Galerías Muñoz Mariño. Entonces el fin es enseñar no solamente a los jóvenes sino también a los padres y la generación de los abuelos, porque la cultura se va perdiendo por ellos mismos.	Mi misión siempre ha sido dejar un legado acá como artista y también buscar un espacio mucho más grande para formar mejores seres humanos y fomentar los artes de la escuela Quiteña, no al arte en sí, si no lo que se enseñaba en la escuela Quiteña.	La visión es llegar a convertirse en un referente de Sudamérica como un hotel de experiencias que involucre tanto a las tradiciones de la comunidad donde se encuentra con el pasajero y la misión es la vinculación de la ciudad con el hotel y que el pasajero decida viajar al destino tanto por el hotel como por el destino.
3) ¿A qué tipo de cliente busca	Por un lado, está la persona que está interesada en la	Localmente no percibo yo al cliente local porque más bien	El 98% es extranjero y son Golden age, que son ya personas retiradas con capacidad adquisitiva alta. Vienen a conocer para visitar antes de

llegar el emprendimiento? ¿Qué ofrece?	arquitectura, también el urbanismo y por el otro lado está la persona interesada en el arte.	el cliente, dice, deme pintando este marquito. Yo me refiero al cliente americano que siempre me han comprado y valoran mucho más.	viajar a Galápagos o la Amazonía. A parte de ser un establecimiento de 5 estrellas, de lujo. Ofrecemos lo que son las experiencias que son actividades que compartimos con los huéspedes que son tradiciones del Ecuador.
4) ¿El concepto de negocio (productos y servicios) se ha mantenido o ha ido cambiando con el tiempo?	Bueno; el principal cambio es la galería antes solo se enfocaba en la acuarela. Anteriormente se daba acuarela en los colegios. Actualmente estoy entendido que ya no se da. Aunque se va haciendo difícil incluso encontrar maestros. Todos los artistas son ecuatorianos que se exponen la Galería.	Como todo negocio es un proceso, en el arte por ejemplo desde que se pone la firma en un cuadro en una obra ya es comercial y considero que yo no saco nada quedándome con las obras. Uno no pinta para uno. Porque uno quiere que el taller sea más fuerte de generar situaciones estéticas, generar clientes, generar amigos. En treinta cinco años habido un crecimiento importantísimo de reconocimiento de mi trabajo y de valor. Porque mis cuadros y mis obras si han sido compradas en precios considerables.	Siempre estamos en constante cambio. Actualizando experiencias, cambiando la decoración. Siempre se está cambiando.
5) ¿Considera que el establecimiento ha contribuido en un proceso de recuperación del Centro Histórico?	Si, quizás. Me atrevería a decir no de una manera directa, pero si indirectamente. Es decir, el abrir este espacio en el centro. Da cabida para que otros vean y les incentivamos para que otros apoyen al desarrollo cultural sino también arquitectónico del Centro Histórico.	Por supuesto. Mire esto es como para la gente, el cotidiano. Me refiero a todas las ramas artísticas. El momento que hacemos una actividad estamos dando ese plus a la comunidad. No se puede medir, pero hacemos mucho. El señor de los trompos, el señor que hace los tallados.	Si, por ejemplo, las fachadas han sido y son cuidadas, Nosotros también con nuestro personal baldeamos la vereda tanto la de nosotros como la de la escuelita. En las noches prendemos las lámparas que son importantes para la visibilidad.

<p>6) ¿Tiene el establecimiento algún convenio con el Municipio u otras entidades por estar ubicado en San Marcos?</p>	<p>No, la casa tiene un convenio con el Municipio que no solo se presentó la obra, sino que la casa en sí.</p>	<p>No al contrario vinieron a quererme clausurar porque no tengo la patente. Estoy en el trámite. En vez de sancionarme deberían venir con otra propuesta de ser un aporte. Por ejemplo, aquí los señores del turismo, la Policía de Turismo, ellos deberían venir a hablar conmigo. No las señores que multan a otro tipo de actividad comercial como de venta de comida. salchipapas, no de esas cosas.</p>	<p>No</p>
<p>7) ¿Qué opina acerca de la situación actual del turismo en el Centro Histórico y en la calle Junín?</p>	<p>Pienso que no se ha hecho lo suficiente. No se apoya la cultura. Hay poca información, poca preparación y eso causa desorden. Impidiendo el desarrollo.</p>	<p>Mal. Porque considero que no hay un orden, sino hay manejo de agencias de viaje ya establecidas. Las grandes mayoristas son las que acaparan y mantienen un solo esquema desde hace muchos años de lo que es el turismo en Quito. Obvio los volcanes, pero en el centro de Quito y en San Marcos, no hay, porque no les interesa, y poder generar una oferta. Pero yo he visto que hay un desorden, porque yo he visto que vienen grupos y otros quedan en la Junín y Montufar y no saben para no irse. Segundo los que dominan al turismo no se les trae para acá. Hay un potencial, pero no se lo</p>	<p>El centro histórico es el principal lugar que visitan cuando están en Quito, creo que a veces esta sobrepoblado sobre todo los fines de semana, habiendo bastantea grupos de empresas importantes que son de 20 y 50 personas que se confunden con la población local.</p>

		explota.	
8) ¿Considera usted que el valor cultural de la calle Junín se ha ido invisibilizando por autoridades y ciudadanos?	Yo diría que sí. En cierto modo sí. En esta ciudad en particular se ha invertido poco en la cultura al punto que las personas no le dan la importancia que tiene. Entonces la gente no lo ve como algo importante. Si no lo ve como algo secundario y apoya otros campos.	Ha sido intermitente desde que yo me acuerdo cuando era lleno de trabajadoras sexuales en el pasaje de la Junín, daba miedo. Claro que es invisible porque ni siquiera San Marcos está en la Ruta Turística, no está en el mapa. Acá no llegan ni el bus de dos pisos, ni los de Agencias que son de Reconocimiento. San Marcos no existe en el mapa turístico. Recién hace dos meses el alcalde de turno el sr Alcalde Yunda acaba de informar que San Marcos, será reconocida como parte del Centro Histórico.	Si, a veces no lo toman a San Marcos como parte del Centro Histórico, solo toman como un barrio extra, puede ser porque está cerca de la Marín.
9) ¿Cómo propondría usted desarrollar el manejo de los locales	Tiene que ver una similitud y tiene que estar conectado y entrelazado. Se debería propiciar a un contacto con los diferentes espacios.	Por ejemplo, las tienditas sin desmerecer, a las vecinas. Las tienditas deberían eliminarse, siendo muy cruel. Primero estamos hablando de turismo y	La principal dificultad que atraviesa el centro es la inseguridad. Entonces se debería poner más policías turísticos. Antes había más policías que se vestían con capas. Eso podría ser y un poco más de control policial.

comerciales del sector para mejorar la percepción del visitante o turista?		un turismo local, tampoco consume las tienditas. Más consumen los vecinos. Pero si hablamos de turismo. Hablamos en general. Creo que esos talleres deberían ser de talleres activos, talleres vivos. Hay tiendas que no venden nada. Esos sitios pienso que deberían estar destinados a actores culturales. Gastronomía.	
10) Actualmente, ¿por cuáles medios de difusión se da a conocer San Marcos?	Principalmente las Redes Sociales y sigue funcionando de la boca a boca. Se pone en las redes a los seguidores. Teléfonos, dirección, eventos, actividades.	Pienso que hay un desamparo total de los medios de comunicaciones. He visto que vienen hacer spots publicitarios de canales 5 con los periodistas y hacen sus danzas y videos y nada más. Hay que llamar. Hay que hacer una buena entrevista a todos.	La comunidad y en si el barrio está bien organizado, hay reuniones constantes. Incluso se hablado con el alcalde para poner más publicidad. También me parece que por el boca a boca ha hecho que conozca más personas al barrio. El Illa también ha servido como un referente de publicidad puesto que se ha participado en algunas ferias nacionales e internacionales y hemos salido en algunos reportajes de televisión y revistas. Los medios por los cuales se promociona Illa es el internet, en instagram en redes sociales y en la página web.
11) ¿Piensa que el Municipio u otras entidades de turismo deberían contribuir a la mejora del sector para incrementar el turismo?	Pienso que no solo del Centro Histórico sino de toda la ciudad. Falta de interés.	El alcalde Yunda dijo que eso es lo más importante y lo está haciendo. Pero este barrio lo peatoniza. Quitar el pavimento y colocar piedra. Sería uno de los más importantes de Quito.	Un problema importante es la cantidad excesiva de perritos y sobre todo en la tarde y noche saben hacer sus necesidades. Entonces en las mañanas sabe estar bastante manchado. Entonces se debería hacer más control y designar en la mañana a alguien para que limpie la calle y se vea mejor.
12) ¿Cuál es su diagnóstico con respecto a San Marcos (aspectos	Aspecto positivo. Una cosa que favorece es que haya iluminación y que haya locales abiertos y eso hace que la	Acabamos de oír los sonidos de los camiones, smog. Segundo considero que se debería hablar con los dueños	Creo que es un barrio comercial. Es fácil conseguir los productos necesarios. Creo que los museos también dan un valor importante. Primero el apoyo del municipio en limpieza de las calles en cuanto a basura y desechos de los perritos. También fomentar el control

<p>económicos, sociales, ambientales, legales) con el fin de que el lugar se puede regenerar y se puedan mitigar las amenazas y trabajar para las oportunidades?</p>	<p>gente a las siete u ocho se esté moviendo por la calle. Un aspecto negativo es que se tira la basura en las calles. Se debería Crear espacios y con paciencia y esfuerzo procurar que la gente lo visite y lo promueva y se identifique impulsando la importancia que tiene la cultura en el país.</p>	<p>de los hoteles. Tratar de que ellos hagan una inversión en el sentido de señalética. Darle un toque más ecológico al barrio. La basura es un grave problema.</p>	<p>policial en cuanto a delincuencia y seguridad. El barrio debería organizarse para hacer mingas conjuntas y tener un buen aspecto en el parque, las calles y ser más atractivo.</p>
<p>13) ¿Qué compromisos deberían formarse entre los propietarios y arrendatarios de los predios que se encuentran en los corredores culturales para que en el turista la calle Junín tenga otra concepción y vuelva a ser un lugar representativo de Quito?</p>	<p>Lo más importante saber para que se está utilizando el espacio. Obviamente vivimos en un país, en una sociedad atada a pensar en el materialismo, en las ganancias y obviamente eso tiene un efecto negativo. Se crea estos espacios alejadas de las ganancias económicas. Entonces es muy importante crear una relación de comprensión y de entendimiento. Cuanto más se desarrolle un espacio mayor será la ganancia. Teniendo en cuenta a la persona.</p>	<p>Las soluciones pienso que se deben trabajar con el municipio. En cuestiones de turismo. Es trabajar con las instituciones del estado. En la parte legal.</p>	<p>Creo que los Hoteles, deberíamos procurar en trabajar conjuntamente con los artesanos del barrio. Tanto en hacer visitas con los turistas como en comprarles cosas para que puedan seguir subsistiendo. A parte también creo que los artesanos y los museos se deberían organizar en una asociación y hablar con Quito Turismo y el Municipio y presentarse como una organización fuerte para que sea más visible el turismo y no ir cada uno por su lado.</p>

3.4. Perfil del visitante

La encuesta para determinar el perfil del visitante en los sectores de La Ronda y San Marcos se aplicó, en un día entre semana y un día en el fin de semana en un horario que nos permita recolectar la información.

3.4.1. Género de los encuestados

Gráfico 2: Género de los turistas y visitantes “La Ronda”

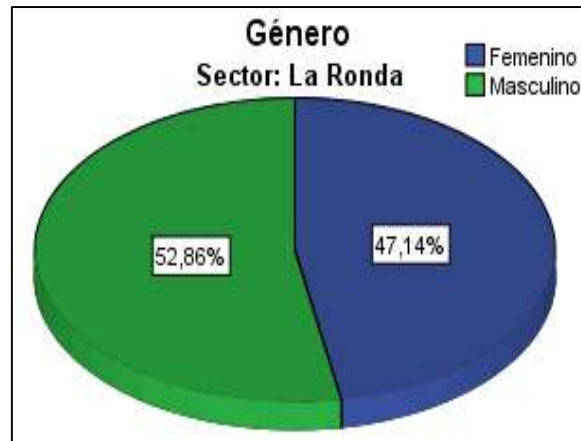
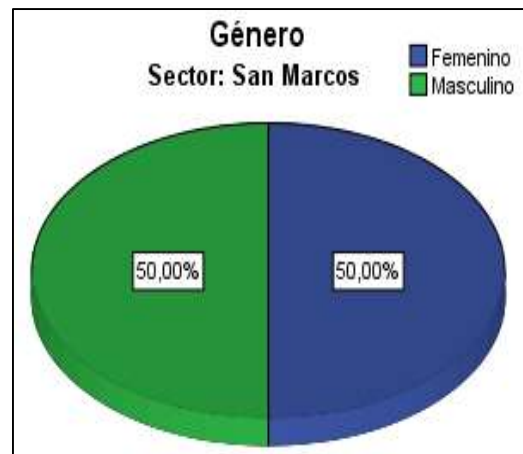


Gráfico 3: Género de los turistas y visitantes “San Marcos”



En los análisis se puede evidenciar que en el caso de “La Ronda” el 52,86% de los turistas y visitantes son de género masculino y el 47,14% son de género femenino. Mientras que en San Marcos el género masculino y femenino tienen el mismo porcentaje de 50%.

3.4.2. Edad

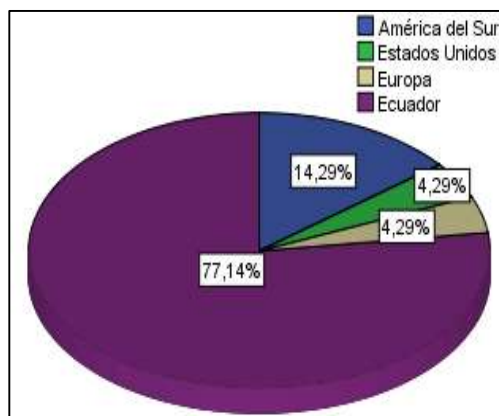
Tabla 11: Edad

Edad			
La Ronda	N	Válido	70
		Perdidos	0
	Media		33,19
	Mediana		29,50
	Desviación estándar		13,782
	Mínimo		17
	Máximo		68
	Percentiles	25	20,75
	50	29,50	
	75	42,25	
San Marcos	N	Válido	70
		Perdidos	0
	Media		39,56
	Mediana		38,00
	Desviación estándar		15,531
	Mínimo		16
	Máximo		75
	Percentiles	25	26,50
	50	38,00	
	75	53,75	

El 50% de los encuestados en el sector La Ronda se encuentran entre 29 a 43 años, en tanto que en el sector de San Marcos se encuentran en un rango de 27 a 53 años.

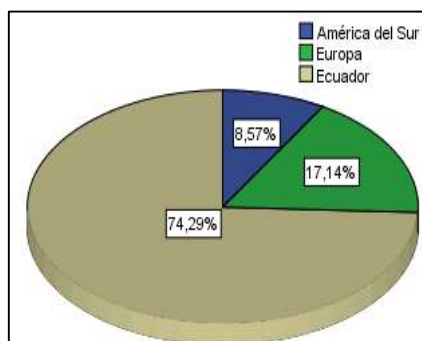
3.4.3. País de origen de visitantes y turistas

Gráfico 4: País de Origen “La Ronda”



El 77% de los encuestados en el sector La Ronda son ecuatorianos el 23% son extranjeros con sus países de residencia en América del sur, Europa y Estados Unidos. El 60% de los visitantes ecuatorianos tienen su residencia en la provincia de Pichincha seguido por un 4% de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

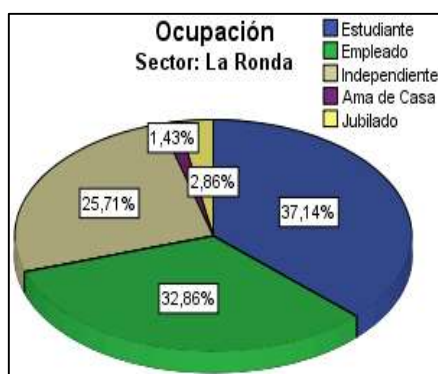
Gráfico 5: País de Origen "San Marcos"



El 74% de los encuestados en el sector de San Marcos son ecuatorianos, el 26% son extranjeros con sus países de residencia en América del sur y Europa. El 57% de los visitantes ecuatorianos tienen su residencia en la provincia de Pichincha seguido por un 4% de la provincia de Imbabura.

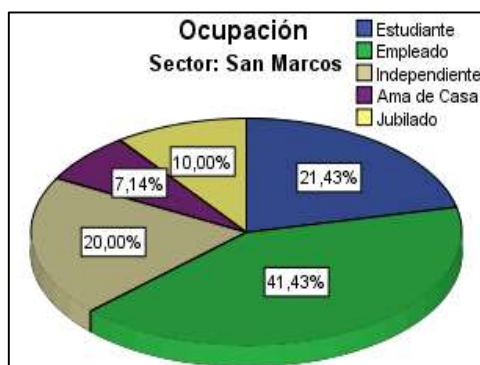
3.4.4. Ocupación

Gráfico 6: Ocupación "La Ronda"



Más del 50% de los encuestados se encuentran en el grupo de empleados y trabajadores independientes, de este grupo una minoría representa jubilados y amas de casa.

Gráfico 7: Ocupación "San Marcos"



Más del 61% de los encuestados se encuentran en el grupo de empleados y trabajadores independientes, de este grupo el 10% son jubilados y un 7% amas de casa.

3.4.5. Motivo de visita

Tabla 12: Motivo de visita

Sector	Respuestas		Porcentaje de casos		
	N	Porcentaje			
La Ronda	¿Qué le motivo a visitar? ^a	Diversión	24	31,2%	34,3%
		Turismo	10	13,0%	14,3%
		Ocio	24	31,2%	34,3%
		Trabajo	5	6,5%	7,1%
		Arquitectura	4	5,2%	5,7%
		Cultura/Historia	10	13,0%	14,3%
		Total	77	100,0%	110,0%
San Marcos	¿Qué le motivo a visitar? ^a	Turismo	12	16,0%	17,1%
		Ocio	22	29,3%	31,4%
		Trabajo	12	16,0%	17,1%
		Arquitectura	13	17,3%	18,6%
		Cultura/Historia	13	17,3%	18,6%
		Ubicación Estratégica	3	4,0%	4,3%
		Total	75	100,0%	107,1%

Para el 62% de los visitantes y turistas del sector de La Ronda el motivo de su visita es por diversión y ocio. En el caso de San Marcos el motivo de visita es por ocio y corresponde al 29% y el 16% es por turismo. Hay que resaltar en San Marcos hubo porcentajes importantes en los motivos de visita de la arquitectura de las casas y la cultura que se vive en ese lugar como un barrio tradicional donde aún se mantiene la vecindad.

3.4.6. Presupuesto

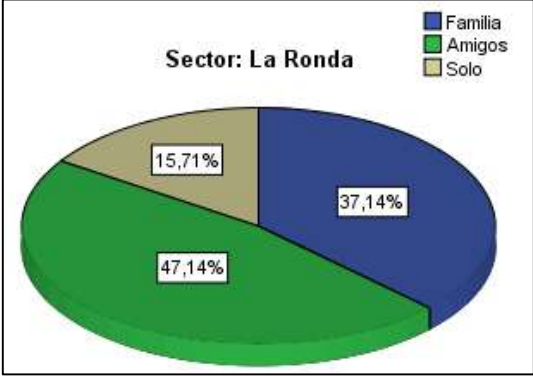
Tabla 13: Presupuesto

La Ronda	N	Válido	70	
		Perdidos	0	
	Media		34,00	
	Mediana		20,00	
	Desviación estándar		73,428	
	Mínimo		5	
	Máximo		600	
	Percentiles	25		10,00
		50		20,00
		75		30,00
San Marcos	N	Válido	70	
		Perdidos	0	
	Media		22,70	
	Mediana		15,00	
	Desviación estándar		30,368	
	Mínimo		2	
	Máximo		200	
	Percentiles	25		10,00
		50		15,00
		75		25,00

El 50% de los encuestados en el sector de La Ronda informa que tiene un presupuesto para gastar que va entre 10 y 30 dólares. Mientras que en San Marcos las personas van con un presupuesto de consumo entre 10 a 25 dólares.

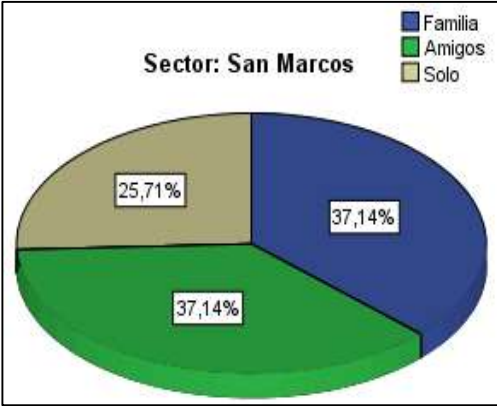
3.4.7. Con quien visita La Ronda

Gráfico 8: Con quien visita La Ronda



El 47% de los encuestados manifiestan que visitan el sector La Ronda con amigos, seguido de un 37% que visita este lugar que visita el lugar con su familiar.

Gráfico 9: Con quien visita San Marcos



El 37% de los encuestados manifiestan que visitan el sector de San Marcos con amigos, y un 37% indico que lo hace con su familia.

3.4.8. Frecuencia de visita

El 15% de los encuestados en La Ronda manifestó que era la primera visita al sector, mientras que el 85% restante de los encuestados. Indicaban que ya habían visitado el corredor cultural anteriormente. Del último porcentaje el 57% de visitantes y turistas lo frecuentaban más de dos veces al año y un 28% dos veces al año. El 83% de los encuestados manifestó que su visita fue influenciada por amigos/familiares y el mensaje boca a boca. En cambio, en el sector de San Marcos, el 31% de los

encuestados manifestó que era su primera visita al sector y el 69% restante indica que ya había visitado anteriormente. De igual manera del último porcentaje el 58% lo visitaba más de dos veces al año y un 16% dos veces al año. Finalmente, el 87% de los encuestados manifestó que su visita fue influenciada por amigos/familiares y el mensaje boca a boca.

3.4.9. Recomendaría la visita

Tabla 14: ¿Recomendaría la visita?

Sector			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
La Ronda	Válido	Si	67	95,7	95,7	95,7
		No	3	4,3	4,3	100,0
		Total	70	100,0	100,0	
San Marcos	Válido	Si	60	85,7	85,7	85,7
		No	10	14,3	14,3	100,0
		Total	70	100,0	100,0	

En La Ronda un 95% de los visitantes y turistas recomendaría el sector. De este porcentaje el 39% considera a La Ronda un lugar turístico, seguido de un 23% que manifiesta que es un lugar tradicional atractivo y 17% lo considera un lugar cultural. Por el contrario, el 5% de personas encuestadas no recomendarían visitar el sector, entre las principales razones que manifestaron este grupo de personas se encontró la inseguridad que tuvo un 75% y el 25% restante lo consideró poco atractivo. Por otra parte, en San Marcos, el 86% de los visitantes y turistas, si, recomendaría al corredor cultural. De este porcentaje el 45% lo consideró un lugar cultural, seguido de un 24% que indicó que San Marcos es un lugar turístico. Por otro lado, el 23% de las personas encuestadas miró a “San Marcos” como un lugar tradicional atractivo, y tan solo el 1% consideró, una razón a los precios cómodos. Por último, el 14% no recomendaría visita “San Marcos” siendo las principales razones la poca atractividad del corredor con un 73%, luego con un 18%, que consideró la insalubridad o falta de limpieza como un elemento importante y por último el 9% de las personas menciona que no recomendaría visitar “San Marcos” por falta de programación cultural.

3.4.10. Infraestructura turística del sector.

Tabla 15: Infraestructura del sector

Sector			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
La Ronda	Válido	Si	59	84,3	84,3	84,3
		No	11	15,7	15,7	100,0
		Total	70	100,0	100,0	
San Marcos	Válido	Si	45	64,3	64,3	64,3
		No	25	35,7	35,7	100,0
		Total	70	100,0	100,0	

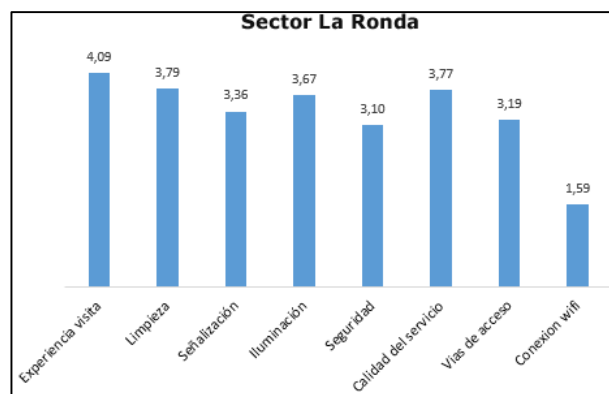
Al consultar, que, si creían que, los sectores de “La Ronda y San Marcos” tenían la infraestructura turística adecuada, el 84% de los encuestados en La Ronda, contestaron afirmativamente; tan solo el

11% indicó que, no. Entre los argumentos más nombrados estuvieron: la creación de una programación cultural que tenga articulación con museos nuevos, siendo el porcentaje el 25%, el 14% de personas manifiesta que necesitan más seguridad, el 10% requiere servicio de guía y el 6% de personas encuestadas, mencionaron que se deberían crear más hoteles y restaurantes.

El 64% de los encuestados en San Marcos al consultarle que si creían que el sector tiene la infraestructura turística adecuada contestaron afirmativamente a diferencia de un 36% que indicó que NO y, entre los argumentos más nombrados, tenemos un 30% que desearía una mayor cantidad de hoteles y restaurantes, seguido de un 16% que manifestó que se necesitaría mayor programación cultural, el 12% mencionó que se requiere mayor áreas verdes comunales y el 10% concluyó que se necesitaría mayor iluminación.

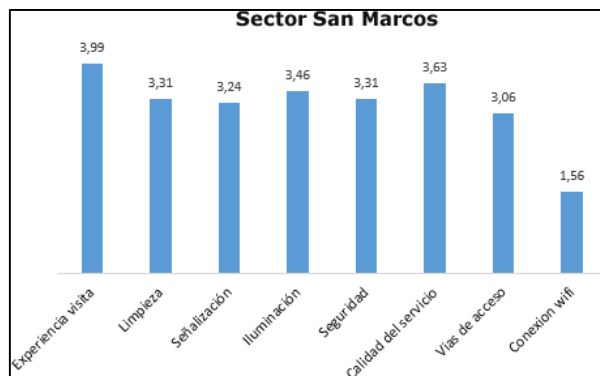
3.4.11. Calificación de varios aspectos con respecto a su visita.

Gráfico 10: Aspectos a considerar para la visita en “La Ronda”



Al solicitar a los encuestados que califiquen algunos factores con respecto a su visita, siendo uno (1) los más bajo y cinco (5) lo más alto, se obtuvo una calificación media, siendo el factor conexión Wifi la que obtuvo el menor puntaje, por lo contrario la experiencia de visita obtuvo el puntaje más alto.

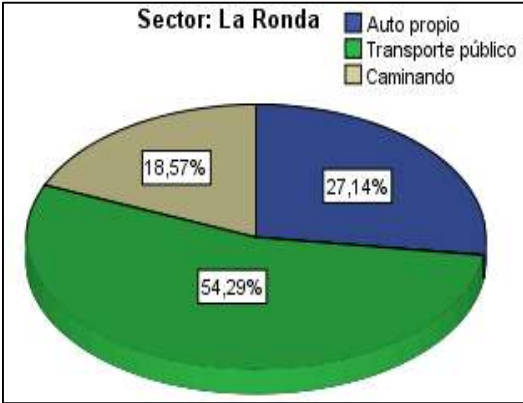
Gráfico 11: Aspectos a considerar para la visita en “San Marcos”



Al solicitar a los encuestados que califiquen algunos factores con respecto a su visita, siendo uno (1) los más bajo y cinco (5) lo más alto, se obtuvo una calificación media, siendo el factor conexión Wifi la que obtuvo el menor puntaje, por lo contrario la experiencia de visita obtuvo el puntaje más alto.

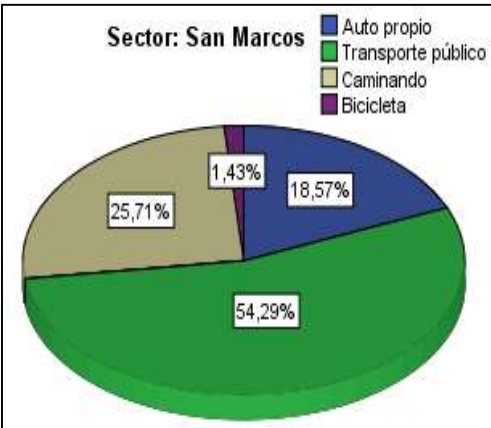
3.4.12. Como llego al sector

Gráfico 12: Como llegó al sector "La Ronda"



Al consultar que como llegaron al corredor cultural, ya sea en San Marcos y La Ronda. El segundo corredor, es decir de la “La Ronda”, el 54,29% de personas respondieron que, llegaron por transporte público. Es decir, por alguna línea de bus que pase por la calle Venezuela o el trolebús que pasa por la calle Guayaquil. Las personas que se movilizaron con auto propio, correspondió al 27.14% y las personas que fueron caminando fue de 18.57 %. Del 27.14% que llegaron al sector en auto propio se les consultó si encontraron parqueadero, a lo que el 90% contestó afirmativamente.

Gráfico 13: Como llegó al sector "San Marcos"

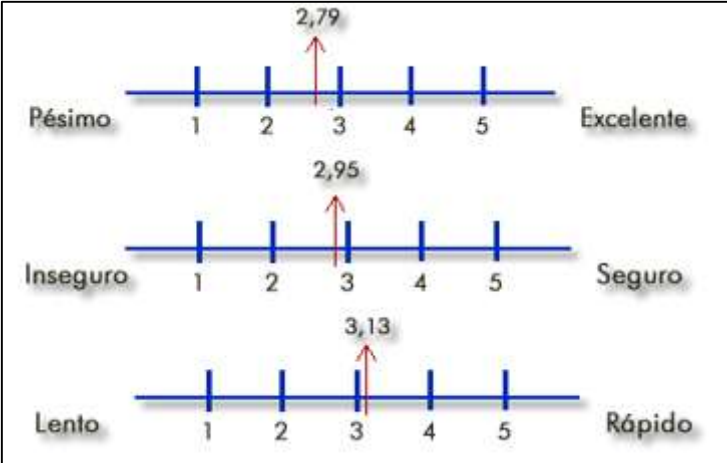


En el caso de “San Marcos” el 54,29% de personas, llegaron por transporte público. Es decir, por alguna línea de bus que pase por la calle Flores o el eco vía que pasa por la Marín. Las personas que se movilizaron con auto propio, correspondieron al 18.57%, las personas que fueron caminando fueron de 25.71 % y el 1.43% de personas encuestadas se movilizaron en bicicleta. Del 18.57% que llegó al

sector en auto propio se les consultó si encontraron parqueadero, contentando favorablemente el 56%, lo que evidencia que en sector es más difícil llegar en auto propio por la estrechez de la calle.

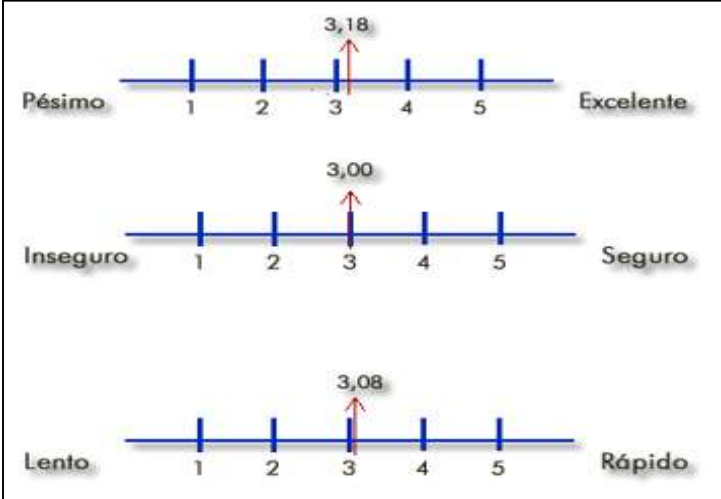
A los encuestados que contestaron que llegaron en transporte público se les solicitó que califiquen el transporte en calidad, seguridad y rapidez.

Gráfico 14: Promedios de calificaciones “La Ronda”



Del 54% de personas que llegaron por transporte público. El promedio de la calidad percibido fue de 2.79 puntos, luego la seguridad fue calificada con 2.95 puntos y finalmente la fluidez del medio de transporte fue de 3.13 puntos. Lo que quiere decir que la calidad del transporte público es regular. También la inseguridad es calificada como regular. El puntaje que pasa de tres es la fluidez.

Gráfico 15: Promedios de calificaciones “San Marcos”



Del 54% de personas que llegaron por transporte público. El promedio de la calidad percibido fue de 3.18 puntos, luego la seguridad fue calificada con 3 puntos y finalmente la fluidez del medio de transporte fue de 3.08 puntos. Lo que quiere decir que la calidad del transporte público es regular.

También la inseguridad es calificada como regular. Es decir, ni bueno ni malo y finalmente la fluidez fue calificada con 3.08 puntos.

3.4.13. En general que mejoraría de los establecimientos que visitó

Tabla 16: En general que se mejoraría de los establecimientos

Sector	Que mejoraría ^a	Seguridad	Respuestas		Porcentaje de casos
			N	Porcentaje	
La Ronda	Que mejoraría ^a	Seguridad	17	18,7%	24,3%
		Promoción	10	11,0%	14,3%
		Señalización	1	1,1%	1,4%
		Limpieza	4	4,4%	5,7%
		Imagen	5	5,5%	7,1%
		Personal bilingüe	7	7,7%	10,0%
		Reducir Promotores	2	2,2%	2,9%
		Precios accesibles	8	8,8%	11,4%
		Nada	5	5,5%	7,1%
		Parqueo	2	2,2%	2,9%
		Wifi	3	3,3%	4,3%
		Locales temáticos	6	6,6%	8,6%
		Mejorar infraestructura pública	5	5,5%	7,1%
		Mejor atención	12	13,2%	17,1%
		Organización local	4	4,4%	5,7%
		Total			91
San Marcos	Que mejoraría ^a	Seguridad	18	16,5%	25,7%
		Promoción	20	18,3%	28,6%
		Señalización	10	9,2%	14,3%
		Limpieza	11	10,1%	15,7%
		Imagen	11	10,1%	15,7%
		Personal bilingüe	1	0,9%	1,4%
		Precios accesibles	3	2,8%	4,3%
		Nada	3	2,8%	4,3%
		Parqueo	3	2,8%	4,3%
		Wifi	11	10,1%	15,7%
		Locales temáticos	9	8,3%	12,9%
		Mejorar infraestructura pública	4	3,7%	5,7%
		Mejor atención	5	4,6%	7,1%
		Total			109

En general los aspectos que se tendrían que mejorar en los establecimientos en el corredor cultural de “La Ronda” son la seguridad, se tendría que mejorar los medios por los cuales se da a promocionar La Ronda y finalmente se tendría que mejorar la atención al cliente. Mientras que en “San Marcos” los aspectos a mejorar tendrían que ser la seguridad, la promoción, también la limpieza, la imagen y estética del barrio. Para la conexión Wifi se debería ver la viabilidad para poner un Wifi comunal.

3.5. FODA de La Ronda y San Marcos

Los hallazgos encontrados desde la observación *in situ* y las técnicas de investigación empleadas con los diversos actores constituyeron los insumos fundamentales para la elaboración del siguiente FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

Tabla 17: Matriz FODA “LA RONDA”

N.-	FORTALEZAS	N.-	DEBILIDADES
1	Se práctica aún oficios tradicionales artesanales.	1	Estar considerada como una calle bohemia desde el siglo XX
2	Fachada de casas coloniales	2	Se ha ido perdiendo la vecindad y sus costumbres
3	Calle de poesía, pasillo y cuna de cantones y poetas.	3	Deficiente control de la Normativa Municipal
4	El barrio tiene una gran variedad de oferta turística para targets de mercado diurno y nocturno.	4	Desaseo en las calles de la Ronda y las calles aledañas
5	Las personas son hospitalarias	5	Procesos de Gentrificación avanzados
		6	Deficiente promoción en medios de difusión de la parte cultural de la calle
N.-	OPORTUNIDADES	N.-	AMENAZAS
1	Dedicarse al turismo de nicho o turismo de intereses especiales. De igual manera la oportunidad de reinvertir en el barrio para los requerimientos.	1	Posicionamiento de una calle peligrosa
2	Recobrar la activez de la calle en oficios cotidianos como Pandadería desde targets nuevos.	2	Crisis Socio económica política
3	Realizar actividades programadas especializadas	3	Crecimiento del desempleo y problemas sociales
4	Incentivar el nacionalismo con trabajo a locales	4	Avances Tecnológicos y Ausencia de resiliencia
5	Uso tecnológico para dar a conocer la oferta de la Ronda a bajo costo.	5	Competencia directa de lugares Turísticos como: Panecillo, Mitad del Mundo y atractivos de la misma ciudad y otras.
6	Alianzas con organizaciones privadas o públicas para donativos en la Ronda.		
7	Manejo de desechos con red de beneficiarios locales interesados en esta propuesta.		

Tabla 18: Matriz FODA “SAN MARCOS”

N.-	FORTALEZAS	N.-	DEBILIDADES
1	Es un barrio residencial y cultural. Las personas son hospitalarias	1	Falta de inclusión de los moradores en la toma de decisiones del barrio
2	Talleres Vivos de artesanos de la Escuela Quiteña	2	No hay control de la Normativa Municipal de la calle y del barrio
3	Existen hoteles de 3 y 5 estrellas	3	Inicio de procesos de Gentrificación.
4	Barrio que forma parte del Centro Histórico	4	Poco conocimiento de otros idiomas para la atención al turista extranjero y en algunos lugares la atención al cliente podría mejorar.
5	Infraestructura Turística amplea	5	Falta de limpieza en las calles conjuntas y aledañas.
6	Actividades recreativas y de enseñanza no solo de oficios, sino también de profesiones que se encuentren en el lugar	6	Información y cumplimiento del horario de apertura y cierre de los locales en la calle Junín. Algunos locales lo hacen pero deberían hacerse en todos los locales de la Junín.
N.-	OPORTUNIDADES	N.-	AMENAZAS
1	Inclusión por el municipio a la calle Junín como Atractivo Turístico	1	Mala percepción de la Junín de una calle peligrosa por estar cerca de la Marín
2	Facilidad de acceso por transporte público	2	Crisis socio económica política
3	Interés de Inversión Externa para acudir a cursos y talleres	3	Competencia directa de otros atractivos Turísticos en el Centro Histórico de Quito
4		4	Crecimiento del desempleo y problemas sociales existentes en el centro Histórico de Quito
5		5	Avance tecnológico e imposibilidad de resiliencia

4. CAPÍTULO IV: ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE OCIO Y TURISMO

4.1. Estrategias de La Ronda

En base a los hallazgos obtenidos de las investigaciones realizados en los corredores culturales que han sido objeto del estudio del presente trabajo de titulación, así como de los aportes teóricos que se han consultado, se han elaborado las siguientes estrategias para desarrollar un turismo sostenible y con equilibrios.

4.1.1. Áreas de Fortalezas y Oportunidades (Áreas Ofensivas) Calle “La Ronda”

a) Ocio:

1. En los negocios del Sector los propietarios y arrendatarios deberían recibir capacitación constante en atención al cliente, para generar buenas experiencias y fidelización. Así, también, el municipio del DMQ debería crear una agenda cultural trimestral con la ayuda de la comunidad local y de autoridades interesadas en ser patrocinadores. Dentro de la agenda, podrían haber dramatizaciones cómicas realizadas por grupos de teatro y títeres cuyas intervenciones deberían ser al aire libre.
2. La promoción turística que se imparte en los medios de comunicación debería cuidar el tratamiento de la información; ya que, son portadores de ideas que no siempre son legítimas. En las entrevistas realizadas a los actores principales, cuyo giro de negocio era diurno, carecían de una promoción; puesto que, en la percepción de los usuarios, que visita la calle “La Ronda”, este es un lugar de distracción nocturna; lo que ha hecho que esta calle se vaya fragmentando entre los vecinos. Para que la promoción no sea tan invasiva y enfocada a la diversión nocturna, la promoción tendría que buscar a otro tipo de clientes objetivos. Para cambiar el giro de dinamismo que en el caso de La Ronda es de noche las alianzas con las escuelas, colegios y también universidades sería una buena oportunidad para incentivar las actividades diurnas como talleres y conferencias. En las observaciones no participantes no todos los locales abren en horarios diurnos, siendo una alternativa de solución, una regulación interna de los establecimientos que pertenecen a este corredor cultural estableciéndose horarios de apertura, como lo hacen en la casa Manos en La Ronda. El reglamento interno ayudaría a un mejor control de los locales de La Ronda; con el fin de que la oferta turística diurna sea muy buena, a igual a la oferta nocturna.
3. Los proyectos de reinversión en La Ronda para atender a aspectos descuidados pero que ha causado una división en la perspectiva de uso, control, manejo y de lo que realmente es un corredor cultural por parte de las personas que laboran allí. Siendo una debilidad evidente la falta de control interno y externos del Corredor. Puesto que en los locales que son

restaurantes, el volumen (ruido) es excesivo y en muchos de ellos se venden bebidas alcohólicas; ello causa un malestar en los locales culturales e incluso a los visitantes que van con familia. Por ende, el control de la normativa municipal sería de suma importancia. Dentro de la reinversión se podría poner aislantes de sonido en los locales; la reinversión no sería solo en ese aspecto, sino también, en aspectos como promoción, infraestructura de la calle y generación de nuevos servicios comunes para la colectividad.

b) Turismo:

1. La falta de innovación tecnológica y de conexión Wifi respectivamente, con porcentajes de 3.3% en “La Ronda” y el 10% En “San Marcos”, han hecho que los nuevos targets de público no acudan a La Ronda como un lugar de recreación cultural. Se tendría que evaluar la fusión de la innovación con la cultura, sin llegar a afectar el patrimonio arquitectónico de estos corredores culturales. También se identificó que el 33% de las personas encuestadas visitan estos corredores con sus familias. Entre las familias y dentro de ellos encontraríamos a los “llamados” millennials, personas que están inmersas dentro de una era tecnológica. Una estrategia, con la financiación respectiva; es la llamada “Realidad Aumentada”, que se utilizaría para generar a través de la tecnología experiencias interactivas. Es decir, se podría hacer recorridos tematizados para ser parte de una ciudad mágica e incorporando elementos propios de nuestra identidad. Dentro de la realidad virtual podría participar una chulla quiteña como elemento diferenciador. De igual manera en las actividades la supervisión y la mediación ayudaría a mantener el control y cuidados de los dispositivos; estos dispositivos deberían estar programados a más del español, contar con otros idiomas. Se podría comenzar con los idiomas de mercados objetivos del Ecuador a nivel internacional como: Estados Unidos, Francia, Alemania y un idioma de nosotros Quichua como una innovación para fomentar la interculturalidad.
2. La participación de los turistas y visitantes en los procesos de elaboración de productos artesanales, ha generado experiencias turísticas vivenciales y participativas. Una oportunidad para la reactivación de los oficios y de la parte cultural, podrían ser talleres pequeños cuyos productos finales, sean recuerdos para las personas participantes. Otra estrategia para la recuperación de la parte cultural de la calle “La Ronda”, sería los espectáculos en vivo que artesanos locales que trabajen allí mismo gestionen conjuntamente con las autoridades de turno y gestores culturales voluntarios. De esa manera se conocería la oferta existente del corredor cultural de La Ronda. Como dato adicional se ha podido identificar que la explicación sobre el giro de negocio y tipo de producto, que se da al visitante o turista, a través de videos y material interactivo hace que las personas se interesen por consumir un servicio o un producto no caro, sino con precio justo.

3. La promoción turística en internet, en plataformas turísticas y operadoras turísticas internacionales de la parte cultural de “La Ronda” ayudaría a incrementar la cantidad de turistas internacionales de la parte tradicional. Siendo la ayuda cooperativa necesaria en temas de atención al cliente y también en la capacitación constante de inglés básico y otros idiomas en las personas que laboran en este corredor cultural.

4.1.2. Áreas De Debilidades Y Amenazas (Áreas Defensivas) Calle “La Ronda”

a) Ocio:

1. La percepción de inseguridad y el posicionamiento de una “calle peligrosa” es evidente en los emprendedores, turistas y visitantes. Alrededor, de esta calle, se pudo evidenciar que hay escenarios no muy amigables; entre ellos trabajadoras sexuales, en las calles Guayaquil; también se pudo evidenciar mendicidad y no se pudo comprobar, pero también se escuchó de algunos casos de la presencia de micro tráfico. Una solución que sería viable, y no muy difícil de aplicar, es la conformación de un comité barrial para que se realicen patrullajes continuos para mayor seguridad del corredor cultural y el entorno. Aunque cabe recalcar que, en el lugar de estudio, se pudo observar la presencia policial nacional y metropolitana. También, en las entrevistas realizadas se mencionó la presencia de guardias privados para evitar que vendedores ambulantes entren a los locales comerciales.
2. Un factor muy importante que se pudo evidenciar en la observación no participante y también en las encuestas es el desaseo de la calle de “La Ronda” y calles aledañas para acceso a la misma calle. En estas calles este problema es grave. En algunos casos se pudo encontrar desechos de los locales e incluso desechos humanos. Las mingas comunales con ayuda de entidades públicas y privadas, serían de gran ayuda; se deberían generar turnos entre los propietarios de los locales, arrendatarios y voluntarios para estas limpiezas.

b) Turismo:

3. De los resultados obtenidos y dentro de los requerimientos de mejora para que el corredor cultural de La Ronda sea más visitado, se obtuvo que al 25% de personas, les gustaría que haya mayor oferta cultural a través de museos y que estos a su vez estén articulados con otras infraestructuras turísticas complementarias como cafeterías, jardines, bibliotecas, entre otros. El 14% de personas manifestó que se necesitaría más seguridad a través de más presencia policial. Dentro de las opiniones negativas de visita se mencionó que se debería haber servicio de guianza en la calle para promocionar información de los establecimientos y oferta existente. Por lo cual la municipalidad debería dotar de una oficina turística únicamente de La Ronda y en caso de que haya, debería haber personal de planta en ese corredor para dar información.

5. CAPÍTULO V: ESTRATEGIAS DE SAN MARCOS (JUNÍN)

5.1. Áreas De Fortalezas Y Oportunidades (Áreas Ofensivas) Calle “Junín”

5.1.1. Ocio:

1. El posicionamiento de la calle Junín como un lugar peligroso en los visitantes; ha hecho que muchas personas no vayan por temor a ser asaltadas. La percepción de ellos es de inseguridad a pesar de que en el lugar se encuentra un UPC policial. Una alternativa muy importante fue la creación de un grupo en whatsapp para monitorear el lugar por parte de los moradores. El grupo podría hacer reuniones de control mensual o trimestral para evitar hurtos a los turistas y/o visitantes. Esta actividad se tendría que llevar a cabo conjuntamente con el UPC de San Marcos. Una de las fortalezas arrojadas en el diagnostico FODA fue la unidad de los vecinos en temas de seguridad. Por otra parte en las debilidades encontradas se pudo notar que ha habido una ausencia de ejecución de actividades lúdicas que son propias de nuestra ciudad y que hacen que nos identifiquen y nos identifiquemos como quiteños. Como parte de la solución, es necesario, reuniones frecuentes entre los vecinos, para generar “mejor vecindad” y actividades que fomenten la unidad. Se podrían hacer eventos recreativos y deportivos en el barrio. En fiestas de la fundación del barrio, se podrían hacer festivales de música nacional e instrumental (como pasillo, albazo san Juanito, orquestas, sinfónicas) o festivales gastronómicos.

5.1.2. Turismo:

1. Los problemas que se manifestaron en la calle Junín fueron basura y excrementos de los perros que se encontraron en las aceras. El ente encargado del control de estos aspectos es el Municipio, por lo cual establece multas cincuenta dólares por no recoger los desechos de los animales, aunque la autoridad no tiene toda la responsabilidad por estos casos. El presidente del barrio podría también controlar la vigencia y la veracidad de la normativa; teniendo personas que ayuden en la limpieza a través de mingas y también de trabajo comunitario con ciertos beneficios. Dentro de los beneficios para estas personas se puede considerar la prestación de servicios o entrega de productos que las mismas personas que trabajan allí acuerden dar. De esta manera la persona que haga ese trabajo, también recibiría una gratificación. (Consejo Metropolitano de Quito, 2004).
2. Otra deficiencia encontrada, es la falta de promoción de la parte cultural de la calle. Una iniciativa muy creativa sería poner cosas referentes a la oferta del local en la entrada de las puertas de los establecimientos; por ejemplo, si es tienda de arte poner un pincel o una tabla de pinturas para identificarlos. También los locales en la fachada deberían tener un rotulo; tener todos los locales, el tipo de rotulo que está en el Centro Histórico que sirva de identificación.

3. Otra alternativa que se puede trabajar para los dos sectores es la elaboración de un mapa exclusivamente de estos dos lugares. Tanto de la calle Juan de Dios Morales (La Ronda) y también de la calle Junín con coordenadas, ubicación, leyenda, fotografías y poner pequeñas reseñas de estos lugares y la oferta del corredor para incrementar la cantidad de turistas y también visitantes.

5.2. Áreas de debilidades y amenazas (áreas ofensivas) Calle “Junín”

5.2.1. Ocio:

1. La programación y agenda cultural se debería extender, en su horario, en todos los establecimientos. La programación debería hacerse anualmente involucrándose a todos los locales de la calle o por lo menos a la mayoría. La promoción se debería hacer a través de las redes sociales, publicidad como flyers en los locales e incluso en establecimientos afines a la actividad que se vaya a realizar. También se tendría que tratar de articular todas las instituciones que están en la calle Junín de instituciones públicas, fundaciones y emprendimientos del sector. El gobierno local cuenta con un amplio y sólido sistema de publicidad y comunicaciones y en este espacio debería darse cabida a las agendas y propuestas culturales de este corredor cultural.
2. La creación de un reglamento interno entre todos los actores que se encuentran en la calle Junín, sería muy oportuna. Tratando temas de cooperación, funcionalidad, operatividad, controversia, etc. Con el fin de propiciar que el Atractivo Turístico sea sostenible en el tiempo y tratar de mitigar los posibles problemas que se vayan presentar.

5.2.2. Turismo:

1. Una fortaleza que se tiene que seguir manteniendo son las actividades recreativas y de enseñanza que se implantan en el corredor cultural de San Marcos. Siendo las actividades más predominantes la pintura, aunque no cuenta con solo este arte; también la dinámica de ese lugar, cuenta con otros artes que inclusive se encuentran en peligro de extinción, como son la taracea, sastrería, etc. Se debería hacer una promoción a través de influencers en Youtube o en redes sociales y medios de comunicación tradicionales para dar a conocer estas joyas de la identidad. Se puede realizar una excursión “un día como” en el cual esa persona haría una tarea específica y una de las más sencillas para dar a conocer a la opinión pública y a los visitantes y turistas el arte y experticia de su oficio. La actividad sería grabada y ese mismo video sería promocionado en los canales de los influencers. Los talleres tendrían que ir en inglés y/o español, y con subtítulos.
2. En la calle Junín, existen referentes hoteleros que se han ido posicionando a nivel nacional e internacional, no solo por el concepto del establecimiento, sino también por la calidad en el servicio, en la atención y también, según el enfoque de nuestra investigación, por el aporte a la comunidad local. Estos lugares sirven como una promoción indirecta. Los hoteles boutique y

hoteles de 5 estrellas, como “Illa”, trabajan con la comunidad. Se pueden fomentar talleres donde el huésped sea parte de la cultura viva del lugar esto es de suma importancia. Un problema que se debería identificar con urgencia ante el gobierno local para establecer soluciones es que algunos artesanos han sido expulsados, debido a los procesos de inicio de la Gentrificación, lo cual ha hecho que la calle pierda un poco de la oferta que poseía. También la conformación de una junta o un representante de los artesanos que trabajan allí, debería ser el portador de las mejoras que se deberían hacer y no solo de eso; sino también de acuerdos entre los artesanos y empresarios para la venta de los productos y su posicionamiento a nivel nacional e internacional con la marca del barrio y la ciudad. De esta manera se incentivaría el consumo en el mismo lugar y se ampliaría.

- Finalmente, pueden dictarse conferencias y realizarse los talleres vivos en el parque de la calle Junín, con una programación ya establecida para fortalecer el posicionamiento que ya tiene la calle Junín como un Corredor cultural. Viendo aspectos de sostenibilidad, validez, eficacia y eficiencia. Los talleres se podrían hacer en programaciones de una hora, en los cuales intervengan artistas locales y artistas que operen en la cercanía del Centro Histórico. Entonces podrían ser dos locales, un artista nacional aledaño y un artista internacional. Las demostraciones en vivo se deberían hacer de una manera constante pero alternada. Referente a diferentes temáticas.

Tabla 19: Estrategias para la mejora del Turismo y el ocio

ACTIVIDADES	PERSONAL	PLAZO	RECURSOS	RESULTADOS
1. Generación de normativas internas de uso, mantenimiento y control de los dos corredores Culturales.	- Comunidad - Representantes de los barrios - Representantes de Quito Turismo - Representantes de Policía Nacional - Representantes de Ministerios afines a la promoción y divulgación cultural	1° semestre	- Fotógrafo - Sala de Reuniones - Cafetera - Vajilla - Infocus - Muebles de Oficina - Conexión Wifi - Equipo de Computación	- Normativa interna escrita, acordada y fijada para el uso posterior en los dos corredores Culturales.
2. Generación trimestral de una Agenda Cultural	- Autoridades de turno de barrio, representantes de gremios de artesanos y pequeños emprendedores. - Municipio	1° semestre	-Diseñador Gráfico. -Material de papelería. -Muebles y Enseres -Equipo de Computación Útiles de oficina	Creación de comisiones de seguridad, promoción, logística, aseo, ventas, distribución y fiscalización.
3. Elaboración de trípticos, afiches, videos promocionales y una página web.	-Diseñador gráfico	2° semestre	- Trípticos - Videos - Pagina web -Rolls up -Tarjetas de Presentación	- Incremento en el flujo turístico en las calles La Ronda/San Marcos por la parte cultural.
4. Integración de los destinos de las calles de La Ronda y San Marcos dentro de Atractivos Culturales	- Dirección de autoridades barriales y asesores externos	2° semestre	- Presentación del proyecto turístico en el Municipio del D.M.Q.	- Incremento en el flujo turístico de las calles de La Ronda y San Marcos
5. Generación de convenios con agencias de viajes, tour operadoras e instituciones	- Dirección de entidades estatales, personas jurídicas y asesores externos.	1° semestre	- Encargado de ejecutar relaciones con agencias y operadoras de viajes	- Incremento en tours hacia los locales en La Ronda y San Marcos

encargadas de promover la Cultura del Ecuador				
6. Promoción del destino en revistas y prensa especializada en turismo tanto a nivel nacional como internacional.	- Dirección del Ministerio de Turismo. - Ministerio de Patrimonio y Cultura y otros ministerios afines - Quito Turismo - Comunicadores	1° semestre	- Documentales escritos y en video - Fotógrafo y camarógrafo	- Incremento de publicaciones enfocadas a la parte cultural y familiar en revistas nacionales e internacionales sobre La Ronda y San Marcos como un mercado objetivo nuevo.
7. Publicidad a través del trabajo de voluntarios creando una promoción “boca a boca”.	- Comunidad - Programa de voluntarios	2° semestre del segundo año	- Programa de voluntariado en locales de La Ronda y San Marcos.	- Incremento de estudiantes trabajando en estos Corredores Culturales.
8. Seguridad Privada contratada por los locales de La Ronda	- Comunidad local - Autoridades barriales - Autoridades de Quito Turismo	2° semestre del segundo año	-Guardias Privados -Cámaras de video para vigilancia -Voluntarios para patrullas conjuntas para seguridad	-Incremento de la seguridad en la calle La Ronda y alrededores.
9. Promoción de los nuevos productos y servicios turísticos en espacios abiertos	- Comunidad - Directivas de los corredores culturales -Autoridades de ministerios de Turismo, Patrimonio, etc.	1° semestre Del tercer año	- Mercadillo - Convenios ya elaborados - Productos para la ocasión	- Incremento de las ventas y promoción cultural de los dos corredores culturales.
10. Difusión de publicidad a través del centro de información turística en cada calle.	- Dirección de Turismo del Municipio de Quito del D.M.Q	2° semestre del tercer año	- Oficina Física - Material de Promoción - Logo de identificación - Personal para información del lugar. - Guías voluntarios para la explicación de la distribución del lugar.	- Incremento del flujo de turistas en los corredores Turísticos de La Ronda y San Marcos no solo de la parte nocturna sino también de la oferta diurna de cada calle.

Tabla 20: Presupuesto estimado para tres años

Número	Período: Semestral	Actividad	V. Unit	V. Total Semestral	V. Total Anual
1	1	Normativa interna	1000	1000	1000
1	1	fotógrafo	200	200	200
1	1	Caja Chica	150	150	300
1	1	Equipo de computo	1000	1000	1000
1	1	diseño de logo	50	50	50
1	1	Utiles de oficina	50	300	600
1	1	Imprevistos	100	600	1200
1	1	muebles y enseres	300	300	300
2	2	página web	400	400	400
2	2	tripticos/rolls up/tarjetas	100	100	100
2	2	Sueldos y Salarios	500	3000	3000
2	2	Publicidad	200	200	200
PRIMER AÑO TOTAL					8.350,00

Número	Período: Semestral	Actividad	V. Unit	V. Total Semestral	V. Total Anual
5	3	Caja Chica	150	150	300
5	3	Imprevistos	100	600	1200
6	3	Promoción	200	200	200
6	3	Utiles de oficina	50	300	600
6	3	Sueldos y Salarios	500	3000	6000
7	4	Publicidad	400	800	1600
8	4	Seguridad	500	3000	6000
SEGUNDO AÑO TOTAL					15.900,00

Número	Período: Semestral	Actividad	V. Unit	V. Total Semestral	V. Total Anual
9	5	Caja Chica	150	150	300
9	5	Imprevistos	100	600	1200
9	5	Arriendo de oficina	500	3000	6000
10	5	Promoción	1200	1200	1200
10	5	Sueldos y Salarios	500	3000	6000
10	6	Publicidad	1000	1000	1000
10	6	Seguridad	500	3000	6000
TERCER AÑO TOTAL					21.700,00

- Los valores están estimados por semestres. También el total se dividiría para el número total de locales, puesto que se buscaría la intervención de todos los locales para que el valor total se reduzca.
- Los costos y gastos son estimados de precios reales, que están en el mercado. Aunque sí podrían cambiar.
- Finalmente el presupuesto se hizo para tres años. En algunos casos para que estos no sean tan elevados como una alícuota, se buscaría como se mencionó en las estrategias auspiciantes que apuesten por estos lugares dignos de ser ayudados porque son lugares que conmemoran nuestra historia y de nuestra identidad quiteña.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones:

1. El estudio concluye que tanto el corredor cultural de La Ronda como el de la calle Junín muestran conflictos en su territorio y relaciones por la falta de equilibrios entre la actividad turística y los moradores.
2. La ausencia institucional es parte de la presencia de algunos conflictos como la falta de seguridad, problemas de saneamiento y de la gentrificación que tiene responsabilidades en las políticas del gobierno local y nacional.
3. Existe un inadecuado manejo de la economía urbana en ese sector que, por ejemplo, se evidencia en la falta de control de precios en los arriendos o la adecuada promoción de sus fortalezas y productos. Del mismo modo esta ausencia se evidencia en la falta de incentivos económicos para actividades que tienen importancia en el ámbito de la identidad y patrimonio como son los oficios tradicionales como la taracea y otros.
4. El empleo de extranjeros en los diversos locales muestra una tendencia que desplaza al empleo nacional y que provoca problemas con los visitantes. El estado tendría que hablar y tratar de problemas álgidos con respecto a la migración, conflictos existentes en el país que vayan desde todos los puntos de vista. Además que tenga opiniones que sean imparciales. Este proyecto de estado debería tener reglas firmes para el empleador como para los empleados y que propicie el trabajo justo tanto para nacionales como para extranjeros.
5. Se evidencia la falta de apoyo institucional y propuestas para generar agendas culturales y otros espacios de atraktividad.
6. Existe una falta de conciencia respecto a las potencialidades que implica tanto la residencia como la actividad económica en relación a los espacios de estos corredores que están asentados en una zona patrimonial.
7. El gobierno municipal del período de Mauricio Rodas, no facilitó a nuestro trabajo académico el catastro sobre los predios y usos del suelo de los corredores estudiados. Lo cual implica desactualización y dificultades a la hora de los diagnósticos y propuestas territoriales y otras políticas.
8. Al existir falta de empoderamiento de los actores principales y secundarios (municipio, Ministerio de Turismo, propietarios, arrendatarios de los predios y establecimientos) y al no haber una organización adecuada en todo aspecto que va desde intereses hasta aspiraciones, no se han podido desarrollar proyectos sostenibles que atraigan a más visitantes nacionales y también turistas extranjeros para mejorar la calidad de vida no de una persona, sino de la mayoría de la población que reside y trabaja en estos corredores culturales.

9. Muchas de las alternativas a los conflictos salieron del minucioso estudio de campo y desde las percepciones y motivaciones de los diversos actores consultados que fueron sistematizados en el FODA.
10. En la investigación se evidenció que las calles “La Ronda” y la calle “Junín”, son calles mágicas del Centro Histórico de Quito que se deberían conocer. Cada una es auténtica a su manera y cada una es diferente de otra. Aunque también las dos tienen similitudes en características de progreso y de querer mejorar la calidad de vida de cada persona que trabaja, visita y vive en estos sitios. Cada una tiene fortalezas que pueden enseñar a otros barrios y cada una tiene cosas que mejorar, también con un trabajo conjunto porque la “unión hace la fuerza”.
11. Se pudo llegar a conocer que han existido publicaciones de artículos y fotografías en revistas internacionales que muestran el lado cultural de La Ronda, mencionándose en ellas que es un lugar donde se elabora chocolate de aroma con cacao ecuatoriano. También se pudo encontrar talleres cuyos exponentes han llegado a ser parte del patrimonio vivo de la cultura (oficios como Orfebrería, entre otros). Su trabajo se ha visto en peligro de extinción, siendo algunas de estas personas exponentes de un legado de los saberes y la memoria e identidad patrimonial de Quito. Haciendo que esté trabajo sea un compromiso mucho más verdadero. Ya que estas calles son un ícono de mi casa llamada Quito.

6.2. Recomendaciones

1. Las manifestaciones que se realizaron para la derogación del decreto 833 hicieron que el Centro Histórico fuese uno de los lugares que recibió mayores impactos en el Ecuador: “Hubo una paralización de actividades, bloqueo de vías, y hechos de violencia que, en 11 días de protestas, incluido un feriado, dejaron más de 100 millones de pérdidas en el sector turístico de Ecuador” (El Comercio, 2019). Esta situación hizo que la confianza en el mercado nacional e internacional se viese afectada y ese es un intangible que ahora no se siente pero que reactivarlo será una tarea difícil. Los primeros días posteriores al paro, según nuestra observación y situ comprobó en los corredores culturales que estudiamos, muestran una afectación en las personas con sentimientos de incertidumbre y de miedo a ser saqueados. También, el 25 de octubre que se realizaron las encuestas a los visitantes, se pudo evidenciar que, en efecto, hubo cancelaciones de reservaciones de turistas internacionales. Por lo cual la ocupación de los hoteles había bajado, aproximadamente, en 20% (El Comercio, 2019). De igual manera, la reputación del país se vio fracturada por lo cual recomendamos reforzar y cuidar las áreas turísticas del Centro Histórico, así como todo el turismo nacional, como una alternativa de solución, aunque, la tarea requiere de mucho trabajo y compromiso de todos.
2. La comunicación de los dos sectores también creo que se ha visto afectada debido a los diferentes intereses. Esta comunicación no ha sido eficaz desde las autoridades de turno hasta los ciudadanos que trabajan y laboran en los corredores culturales de La Ronda y San Marcos. Por lo cual

recomendamos realizar actividades de trabajo en grupo desde todas las aristas y poder llegar a un mejor consenso de las necesidades existentes. El mejoramiento que se tendría que hacer es bastante amplio: Iría desde capacitaciones permanentes de las personas que laboran en los dos sectores en temas de atención al cliente, liderazgo, entre otros. También se tendría que hacer un mejoramiento de la calidad de servicio para optimizar la experiencia del visitante y finalmente para mejorar la calidad de vida de cada residente y trabajador de los dos corredores culturales mencionados.

3. Se hace hincapié que los proyectos de ocio y/o entretenimientos se debería tomar en cuenta a un target familiar para actividades que vayan con una difusión del arte y sobre todo sobre una difusión de la cultura y tradiciones ecuatorianas. Puesto que si bien existe una promoción de boca a boca y también las páginas dan información sobre La Ronda; es de la parte nocturna de La Ronda. La parte cultural se ha visto opacada por medios de difusión y también por las opiniones y percepción de las personas que acuden a este corredor cultural como un sitio mayormente nocturno.
4. Dentro de las Recomendaciones recogidas en las observaciones no participantes en las calles se pudo evidenciar que los locales que tienen una especialización, la cantidad de turistas es sostenible. Por lo cual recomendamos que el turismo de nicho o turismo de intereses especiales sea una estrategia para acaparar a nichos especializados lo cual ayudaría a nuevos clientes y nuevos targets de usuarios. También se debería crear productos de nicho. Con la ayuda de los mismos participantes en toda la calle “Junín” y también “La Ronda” que iría con una visión a largo plazo.
5. Dentro de las recomendaciones para el turismo se debería crear una oficina de turismo local e información turística para dar a conocer la oferta existente en cada calle. Esta ayudaría a generar un posicionamiento cultural en las personas por los oficios de la escuela Quiteña que se ofertan allí. Este cambio en las diferentes aristas del sistema turístico podría llegar convertir a estos dos lugares en referentes de excelencia a nivel nacional y porque no a nivel internacional.
6. De estos lugares de vivienda, como de trabajo. Por ejemplo, si ven que está en la calle: basura heces de animales (perros, etc.). El uno o el otro ciudadano debería afanarse en limpiar, porque de esta manera contribuiríamos a que nuestros corredores culturales se vean limpios no solo para los turistas, sino también para nosotros mismos.
7. También una recomendación a los propietarios de los predios es que tomen conciencia de que los arrendatarios sufren cuando los arriendos de los locales son demasiado elevados lo que lleva a que excelentes artesanos, pintores, talabarteros no les sea posible utilizar estos locales; de allí, la recomendación y aun el exhorto de que se revea estos rubros para seguir preservando el encanto del lugar con la presencia de artesanos y otros, preservando nuestra cultura y dando a conocer al mundo lo que somos. Personas generosas, hospitalarias trabajadoras.

8. Como se mencionó en las estrategias defensivas de los lugares. Estas calles del Centro Histórico deberían verse completamente limpias. La recomendación respetuosa, es para todos los ciudadanos anteriores y actuales, porque deberíamos ser más conscientes del cuidado de nuestro espacio.
9. Las actividades o proyectos que se realicen en el día, deben estar enfocados en el ocio y bienestar de las familias. En la noche de igual manera los eventos o actividades que se realicen deberían estar enfocadas en momentos de esparcimiento que reúnan garantías de bienestar y seguridad. En General, se debe promover y fortalecer ciertos mecanismos de planificación en la realización de los eventos generales, como particulares, los mismos que tendrán un costo económico, siempre considerando el precio justo. Un punto sumamente importante, es que, mediante la organización de las personas de estos sectores, involucrados en el turismo, se deben crear y fortalecer a nivel nacional, como internacional, redes de información de estos lugares, para llegar prontamente a personas ávidas de buscar y encontrar actividades nuevas. Quito Turismo, el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Patrimonio, están en la obligación de promover y diseñar programas de capacitación para mejorar la calidad de atención al cliente/turista. Dichas autoridades deben ayudar a posicionar estos sectores turísticos.
10. Es muy importante, que, en los dos sectores de este estudio, debe crearse una oficina, centro de información, para que la persona indicada, conocedora de por lo menos dos idiomas guie a los turistas, para el bienestar de las tres partes: emprendedor turístico, turista o visitante y estado. Asumiendo que estos lugares son un bien colectivo.
12. Las actividades de ocio y recreación, que se presentan a los visitantes nacionales y extranjeros deberían generar experiencias agradables que no vayan solo con el disfrute sino también con el aprendizaje y empoderamientos hacia la cultura y de la identidad. Debe haber normas y acuerdos que se deberían manejar con conocimientos técnicos, vivenciales y profesionales para generar servicios de turismo y de entretenimiento con calificaciones que vayan de media a eficiente y no porque decir excelente. Aunque los precios deberían ser justos para que también la cultura y entretenimiento no se vuelvan discriminatorios sino inclusivos; que las personas incluso de clases económicas de escasos recursos puedan realizarlo porque el ocio y recreación creo que se ha convertido en un derecho que cualquier persona, sin importar su clase social, su etnia, etc., debieran realizarlo.
13. Finalmente, termino manifestando que debe existir concertación de las partes, por un lado, del Municipio, las entidades de turno a cargo del manejo del turismo y patrimonio, también del sector privado y de los residentes y usuarios de los corredores culturales para hacer florecer al turismo de una manera responsable y sostenible a fin de mitigar los problemas ya existentes que esta actividad ha generado y ver las oportunidades de cambio que se podrían realizar para un bien común.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Arévalo, J. & Villareal, A. (2019). Técnicas de muestreo para evaluación cuantitativa. (Diapositivas de Power Point). Fomento de capacidades y articulación de actores de la evaluación en América Latina.
- Alshenqeeti, H. (2014). Interviewing as a Data Collection Method: A Critical Review. *English Linguistics Research*, 40-41. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/1006/b754452c54f83d26a361ec152d3fdbfe70c0.pdf>
- Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2014). *Lineamientos para el Fortalecimiento de los Corredores Culturales y Recreativos*. Recuperado el 22 de octubre del 2018 de <http://siscred.scrd.gov.co/biblioteca/bitstream/123456789/91/3/Cartilla%20Corredores%20Culturales.pdf>
- Cabrera, S. (2016). El Centro Histórico de Quito en la planificación urbana (1942-1992). Discursos patrimoniales, cambios espaciales y desplazamientos socioculturales. *Territorios*, 189-215. doi:<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.5249>
- Casa Gangotena. (27 de 08 de 2018). *San Marcos: El barrio más bohemio del Centro Histórico*. Recuperado de <https://www.casagangotena.com/es/san-marcos-el-barrio-mas-bohemio-del-centro-historico/>
- Castro, L., & Toro, M. (2015). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Madrid: Editorial Tecnos. Pág 72.
- Cevallos, J. (2014). *San Marcos, el barrio que no quiere dejar de ser*. Recuperado el 24 de octubre del 2018 de <https://www.cartonpiedra.com.ec/noticias/carton-piedra/1/san-marcos-el-barrio-que-no-quiere-dejar-de-ser>
- Duque, I. (2015). “La cultura como estrategia de transformación y promoción urbana en Bogotá y Medellín”. *Revista de Geografía Norte Grande*, 61 (21-43). Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rgeong/n61/art03.pdf>
- Fenacaptur. (2017). Estudio Comparativo de Precios Turísticos de Ecuador. Quito.
- Instituto Colombiano de Bienestar Familiar. (2014). *Bienestar en Familia*. Recuperado de Ocio, Recreación y tiempo libre : http://www.icbf.gov.co/portal/page/portal/ContenidoBienestarEnFamiliaICBF/DescargasBienestarEnFamilia/GuiasDeFamiliaModulo1/M1_Guia13.pdf
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2008). *Estadística aplicada a los negocios y la Economía*. México: Mc Graw- Hill Internacional. Pág 317.

- El Comercio . (2009). *En La Ronda la bohemia es una huella inolvidable* . Recuperado el 23 de octubre del 2018 de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ronda-bohemia-huella-inolvidable.html>
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito . (07 de 11 de 2014). *Diagnóstico del Territorio del DMQ*. Recuperado de <http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/pdf/diagnosticoterritorio.pdf>
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2003). *Centro Histórico de Quito: Plan Especial*.
- Muñoz, A. Osorio, M., & Guijarro, G. (2018). *Tendencias de Investigación en Turismo en América Latina: Estudios de caso*. Quito, Ecuador: Centro de Publicaciones PUCE. Pág 162.
- Ortiz, A. (2018). Quito festejó los 40 años de Patrimonio Cultural de la Humanidad. *El Chulla*, Pp.8-9.
- Onghena, Y. (2016). Actores, lugares y movilidades: apuntes para gestionar el turismo. Líneas transversales de los debates. *Revista CIDOB d' Afels Internacionals*. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/24897286>. Pág 161.
- Pere, J y Valenciano, J.2010. La recreación físico-deportiva y su tratamiento del cuerpo: un análisis crítico. *Sport y Physical Recreation and its Treatment at the Body: A Critical Analysis*, 100(66-72). Recuperado de: juan.p.molina@uv.es
- Pineda, A. & Velasco, M. (2017). Ciudades y centros históricos. En: Pineda, A. & Velasco, M. (coord.). *Los retos de la vivienda y la habitabilidad*. Guanajuato, México, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Pág 77,87.
- Pino, I. (2009). Centro Histórico de Quito. Una centralidad urbana en transformación hacia el turismo 2001-2008 (Tesis). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Quito. Ecuador
- PODIUM. (2010). *La Recreación Comunitaria, una opción para ocupar el tiempo libre de los jóvenes* . Recuperado de [file:///C:/Users/estudiante/Downloads/Dialnet-LaRecreacionComunitariaUnaOpcionParaOcuparElTiempo-6173672%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/estudiante/Downloads/Dialnet-LaRecreacionComunitariaUnaOpcionParaOcuparElTiempo-6173672%20(1).pdf)
- Primo, W. (2017). Ocio productivo, entretenimiento e industria cultural: del ocio tradicional al ocio digital. Recuperado de <file:///C:/Users/Personal/Downloads/Dialnet-OcioProductivoEntretenimientoEIndustriaCultural-6054220.pdf>
- Puertas, X. (2007). *Gestión del ocio en el ámbito turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Racines, C. (2012). Propuesta de Mejoramiento Turístico de la Parroquia de San Marcos, como nueva alternativa Turística del Centro Histórico de la Ciudad de Quito (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito.

- Rey, G. (2010). Centro Habana: Búsqueda del desarrollo Urbano Sustentable. *Con Criterio/ Valoración del Patrimonio Cultural*. Pág 1-9.
- Rodríguez, L. (21 de 07 de 2011). *Proyecto Corredor Cultural del Caribe Centroamericano*. Recuperado de http://www.lacult.unesco.org/docc/Proyecto_CCCC.pdf
- Roussos, J. Roussos, S. & Roussos. A. (2010). *El focus groups como técnica de investigación cualitativa*. Documento de Trabajo N° 256, Universidad de Belgrano. Recuperado de: http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/256_roussos.pdf
- Rojo, F. (septiembre de 2016). *La gentrificación en los estudios urbanos: una exploración sobre la producción académica de las ciudades*. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1590/2236-9996.2016-3704>
- Sáez, A. (coord.), (s.f), *Introducción a la estructura del mercado turístico*, España: Editorial Síntesis. Pág 18.
- Sancho, A. (2011). *Introducción al Turismo*. Recuperado de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Tamayo, D. (2013). *Mercado de turismo cultural y el valor patrimonial del Centro Histórico de Quito* (Tesis). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado el 02 de enero de 2018 de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6107/T-PUCE-6344.pdf?sequence=1>
- Triguero, J. (2010). *Turismo Sostenible y Experiencia óptima en Espacios Naturales Protegidos de Andalucía* (Tesis doctoral). Junta de Andalucía, Sevilla. Recuperado el 02 de dic de 2018 de <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/37956.pdf>. Pág 16,17, 25, 26.
- UNESCO (1982). Declaración de México sobre las políticas culturales”. Cultural. N 14, Volumen.
- Wiley, L. (2011). *Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas*. México : LIMUSA.

8. ANEXOS

Anexo 1: Fotografías de campo del sector La Ronda



Fachada de una casa de la calle "La Ronda" para establecer la población



Fachada de una casa de la calle "La Ronda" para establecer la población



Intersección calles Morales (La Ronda) y



Exhibición interior Casa de las Artes



Exhibición interior Casa de las Artes



Exhibición interior Casa de las Artes



Información de contacto de dos talleres artesanales de La Ronda

Anexo 2: Fotografías de campo del sector San Marcos



IMAGEN 1. Fachada local censado en San Marcos.



IMAGEN 2. Ingreso local censado en San Marcos.



IMAGEN 3. Fachada local censado en San Marcos.



IMAGEN 4. Fachada en mal estado en San Marcos.



IMAGEN 5. Fachada en mal estado en San Marcos.



IMAGEN 6. Fachada local censado en San Marcos.



IMAGEN 7. Fachada en mal estado en San Marcos.



IMAGEN 8. Fachada local censado en San Marcos.



IMAGEN 9. Fachada local censado en San Marcos.



IMAGEN 10. Fachada vivienda en San Marcos.



IMAGEN 11. Fachada establecimiento censado en San Marcos.



IMAGEN 12. Acumulación de basura en la calle Junin.



IMAGEN 13. Fachada de las afueras del hotel de un taller de En San Marcos donde la Gentrificación ha hecho que los bienes inmuebles se vendan para hacer hoteles y los artesanos y las personas que laboraban han tenido que ir a otros lugares de comercio



IMAGEN 14. Fachada local censado en San Marcos.



IMAGEN 15. Fachada local censado en San Marcos.



IMAGEN 16. Mapa distrito Manuela Sáenz, al cual corresponde el barrio San Marcos.



IMAGEN 17. Plaza de San Marcos en estado descuidado.



IMAGEN 17. Plaza de San Marcos en estado descuidado.



IMAGEN 18. Plaza de San Marcos en estado descuidado.



IMAGEN 19. Acumulación de basura en San Marcos.



Rótulo del Museo de Manuela Saenz con los horarios expuestos para el público



Fachada del museo de Arquitectura. Primeras visitas para establecer la población



Museo de Arquitectura del Ecuador (calle Junín)



Fachada de una casa de la calle Junín



Fachada Museo Manuela Sáenz, calle Junín



Bargueños elaborados por el artista Mauro Cárdenas con la técnica de taracea



Fachada anticuario/galería El Coleccionista



Anteriormente los locales exhibían sus productos en la acera para atraer público



Fachada local censado en San Marcos



Fachada local censado en San Marcos



Contaminación visual y auditiva y smog: un problema para la ciudadanía de San Marcos



Fachada local censado en San Marcos



Interior patio en una casa antigua de San Marcos



Exteriores del UPC San Marcos



Fachada taller artista Mauro Cárdenas



Ejemplo de bisutería disponible en talleres artísticos/artesanales en San Marcos



Fachada casa parroquial San Marcos



Fachada local, censado



Exhibición de artesanías a la venta en San Marcos



Fachada local censado en San Marcos (ojo)



Falta de aseo en acera de San Marcos (ojo)



Plaza de San Marcos



Fachada y señalética vandalizadas en San Marcos



Intersección calles Junin y Flores

Anexo 3: Ejemplos de instrumentos de evaluación sectores San Marcos y La Ronda

Percepción de los Establecimientos

Censo del Establecimiento

Formato de Entrevista

Formato de encuesta de Perfil de Visitante

SOMBREROS HUMACATIMA

PERCEPCIONES DE LOS ESTABLECIMIENTOS

Sector: Ronda (X) San Marcos ()

1) Día de mayor demanda de turistas y/o visitantes
 1. Lunes a viernes
 2. Fin de semana
 3. Financiera

2) ¿Cree usted que en los servicios que prestan estos establecimientos en el sector? la cantidad de turistas ha
 1. Aumentado
 2. Disminuido
 3. No ha cambiado

3) ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento? 2

4) ¿Cuántas de esas personas son extranjeras? 2

5) ¿Trabajan en el establecimiento personas de nacionalidad extranjera?
1.- Sí _____ (Saltar pregunta 6) 2.- No (Saltar a pregunta 8)

Sombreros

6) ¿Cuántas personas extranjeras trabajan en el establecimiento? _____

7) ¿De qué nacionalidad son?
1.- Venezolano
2.- Colombiano
Otro _____

8) ¿Cree usted que la presencia de visitantes y turistas en la zona genera inseguridad e incomodidad a los moradores del sector?
¿Describe el conflicto?
No, son nuestros clientes

9) ¿Cómo cataloga el funcionamiento de estas locales en la zona?
a) Positivo ()
b) Negativo (X)
c) Indiferente ()

*SR. LUIS LÓPEZ - O SOMBREROS
NANCY BASANTE - PASE TRADE TRAD*

10) ¿Conoce usted algún problema social que afecte al sector turístico del sector? (Ejemplo: inseguridad, migración, inmigración, prostitución, drogadicción, xenofobia, mendicidad, etc.)

Describe el conflicto

Sto Domingo, Loma
Entorno es peligroso y la ciudad
no migra a nivel de transferencia

11) ¿Conoce usted algún conflicto ambiental que afecte al sector turístico de la parroquia? (Ejemplo: basura, ruidos, contaminación visual, etc.)

Describe el conflicto

contaminación visual
exceso de ruido de bares, fiestas
por los callejones

TERRACOTTA
ARTESANIA



PERCEPCIONES DE LOS ESTABLECIMIENTOS

Sector: Fondo San Marcos ()

- 1) ¿Días de mayor demanda de turistas y/o visitantes?
 1. Entre a finales
 2. Fin de semana
 3. Faltante
- 2) ¿Cree usted que en los servicios que prestan estas establecimientos en el sector? la cantidad de turistas ha
 1. Aumentado
 2. De lo contrario
 3. No responde CONSUMO, COMPRAS
- 3) ¿Cuántas personas trabajan en el establecimiento? 20 PERSONAS
- 4) ¿Cuántas de esas personas son mujeres? 3
- 5) ¿Trabajan en el establecimiento personas de nacionalidad extranjera?
1.- Si (Saltar pregunta 6) 2.- No (Saltar a pregunta 8)
- 6) ¿Cuántas personas extranjeras trabajan en el establecimiento? 50% A
- 7) ¿De qué nacionalidad son?
1.- Venezolana
2.- Colombiana
Otro _____
- 8) ¿Cree usted que la presencia de visitantes y turistas en la zona genera incómodidad o inconformidad a los estándares del sector?
¿Describe el conflicto?
NO. MAYORÍA PORQUE TIENE
NEGOCIOS
- 9) ¿Cómo califica el funcionamiento de estos locales en la zona?
a) Positivo LA ARTE, LOCALES COMIDA
b) Negativo LA BEBIDA (VINO, BEBIDA)
c) Indiferente ()

CONSIDERAN
A CALLE.

10) ¿Conoce usted algún problema social que afecte al sector turístico del sector? Ejemplo:
(Seguridad, migración, inmigración, prostitución, ~~condición~~ ~~violencia~~ ~~inseguridad~~
etc.

Describe el conflicto ^{TIENE ENTREVISTA}
VENTA MILITANTE MUNICIPAL
SUELA ESTAR SIDA ENFERMO

VIOLAN LÍMITE DB.

11) ¿Conoce usted algún conflicto ambiental que afecte al sector turístico de la parroquia?
Ejemplo: basura, ruido, perros, contaminación visual, etc.

Describe el conflicto
MADRUGAM SE RECOJE CASERA
PERO A VECES HENRIGOS PERUSMANTELIA

10. ¿Conoce usted algún problema social que afecte al sector turístico del sector? Ejemplo: inseguridad, migración, inmigración, prostitución, drogadicción, xenofobia, mendicidad, etc.

Describe el conflicto

Por la Alameda Abate sospechosa contra los venezolanos.

11. ¿Conoce usted algún conflicto ambiental que afecte al sector turístico de la parroquia? Ejemplo: basura, ruidos, perros, contaminación visual, etc.

Describe el conflicto

Ruido de los vehículos de los camioneros de buena. Prohibido es malcomerse y se proponen

Censo de Establecimiento



Sección: _____ Ronda: () San Marcos (X)

1) Dirección (calles): Juana

2) Nomenclatura Municipal: Esq. 109

3) Ubicación:
1- Plaza baja (X) 2- Segundo Piso () 3- Tercer Piso ()

4) Nombre Comercial: Viviendas Alegrijes

5) El establecimiento posee Fax: +50 3924793-6

1- Si (X) 2- No ()

6) El establecimiento tiene internet

1- Si (X) 2- No ()

7) Afaro del local (# de personas): 4

- 8) Tipo de establecimiento:
- 1- Cafetería _____
 - 2- Restaurant _____
 - 3- Centro de eventos Hotel _____
 - 4- Hotel _____
 - 5- Hostel _____
 - 6- Taller artesanal/artístico _____
 - 7- Confeitería _____
 - 8- Escuela _____
 - 9- Museo _____
 - 10- Bar _____
 - 11- Fondo _____
 - 12- Local Comercial (X) _____
 - 13- Heladería _____

Otro, Especificar: _____

9) Usted es:
1- Propietario () Pasa a pregunta 11 2- Arrendatario (X) Pasa pregunta 10

10) ¿Cómo calificaría Usted el precio de arrendamiento de un local comercial en el sector?
1- Alto () 2- Moderado (X) 3- Bajo ()

11) ¿Considera usted que en este sector se encuentra con facilidad un local comercial?
1- Si () 2- No () Porque: _____

12) ¿Considera usted que en este sector se encuentra con facilidad un departamento o en lugar para vivienda?
1- Si (X) 2- No () Porque: si hay departamentos para hay muchos vacantes

Observación: El comercio a bogado bastante y agenciado muy bien

Censo de Establecimientos

Sector: Rosita San Marcos



1) Dirección (calles): Juanes Subero y Juan

2) Nomenclatura Municipal: Ms 25

3) Ubicación:

1- Planta Baja 2- Segundo Piso 3- Tercer Piso

4) Nombre Comercial: Casa Juan y Juan

5) El establecimiento posee Fide: → No

1- Si 2- No

6) El establecimiento tiene patios

1- Si 2- No

7) Afro del local (# de personas): 200 personas

8) Tipo de establecimiento:

- 1- Cafetería
- 2- Restaurante
- 3- Centro de servicios Hotel
- 4- Tiendas
- 5- Motel
- 6- Taller artesanal/industrial
- 7- Oficinas
- 8- Escuela
- 9- Museo
- 10- Bar
- 11- Finca
- 12- Local Comercial
- 13- Biblioteca

Otro: Especificar: espacio público → centro de desarrollo comunitario

9) Usado es

1- Propietario Pasar a pregunta 13 2- Arrendatario Pasar pregunta 10

10) ¿Cómo considera Usted el precio de arrendamiento de un local comercial en el sector?

1- Alto 2- Moderado 3- Bajo

11) ¿Considera usted que en este sector se encuentra con facilidad un local comercial?

1- Si 2- No Porque: habrá muchos

12) ¿Considera usted que en este sector se encuentra con facilidad un departamento o un lugar para vivienda?

1- Si 2- No Porque: no hay todavía gentileza de todos hay unidades

Percepción de inseguridad por parte de extranjeros emite por mejoras.

Anexo 4: FORMATO DE ENTREVISTA

Fecha: 22 de sept

Nombre: Bertrand Indemini

Emprendimiento: Chezz Tiff (La Ronda)

- 1.- ¿Cómo surgió la idea de crear este local comercial en La Ronda?
- 2.- ¿Cuál es la misión, visión y valores del establecimiento?
- 3.- ¿A qué tipo de cliente busca llegar el emprendimiento? ¿Qué ofrece?
- 4.- ¿El concepto de negocio (productos y servicios) se ha mantenido o ha ido cambiando con el tiempo?
- 5.- ¿Considera que el establecimiento ha contribuido en un proceso de recuperación del Centro Histórico?
- 6.- ¿Tiene el establecimiento algún convenio con el Municipio u otras entidades por estar ubicado en La Ronda?
- 7.- ¿Qué opina acerca de la situación actual del turismo en el Centro Histórico y en la calle La Ronda?
- 8.- ¿Considera usted que el valor cultural de la calle La Ronda se ha ido invisibilizando por autoridades y ciudadanos?
- 9.- ¿Cómo propondría usted desarrollar el manejo de los locales comerciales del sector para mejorar la percepción del visitante o turista?
- 10.- Actualmente, ¿por cuáles medios de difusión se da a conocer La Ronda?
- 11.- ¿Piensa que el Municipio u otras entidades de turismo deberían contribuir a la mejora del sector para incrementar el turismo?
- 12.- ¿Cuál es su diagnóstico con respecto a La Ronda (aspectos económicos, sociales, ambientales, legales) con el fin de que el lugar se puede regenerar y se puedan mitigar las amenazas y trabajar para las oportunidades?
- 13.- ¿Qué compromisos deberían formarse entre los propietarios y arrendatarios de los predios que se encuentran en los corredores culturales para que en el turista La Ronda tenga otra concepción y vuelva a ser un lugar representativo de Quito?

Anexo 5: Encuesta para perfil del visitante

Buenos días mi nombre es Sofía Trujillo, soy estudiante de la Universidad Católica del Ecuador y me gustaría que me ayude con una encuesta el tema de investigación es sobre el análisis de actividades de ocio y recreación en los corredores turísticos de La Ronda y San Marcos, la encuesta nos tomara 6 minutos y me gustaría contar con su colaboración.

Sector: La Ronda ____ San Marcos _____

Fecha: _____

Datos demográficos

Género: _____ Edad _____ años

1. Masculino ____

2. Femenino ____

1. País de origen:

Ecuador _____ (Pasar a pregunta No.2)

Otro _____ (Escriba el nombre del País y pasar pregunta No.3)

2 ¿De qué provincia del Ecuador es? _____

3. Ocupación

1. Estudiante ____

2. Empleado ____

3. Independiente ____

4. Otro _____

4. ¿Qué le motivó a visitar La Ronda/San Marcos de Quito?

.....
.....

5. ¿Cuál es el presupuesto destinado a las actividades y/o servicios del sector? _____

6. ¿Con quién visita La Ronda/San Marcos?

1. Familia ____

2. Amigos ____

3. Solo ____

7. ¿Es la primera vez que visita La Ronda/San Marcos?

1. Si ____ (Si contesta SI, pase a la pregunta No.9)

2. No _____ (Pasar a pregunta No.8)

8. ¿Con qué frecuencia visita La Ronda/San Marcos?

1. Una vez al año _____

2. Dos veces al año _____

3. Más de dos veces al año _____

9. ¿Cómo se enteró de La Ronda/San Marcos?

1. Redes Sociales _____

2. Amigos o Familiares _____

3. Agencias de Viajes _____

4. Radio, TV, o Prensa _____

5. Otro.....

10.- ¿Recomendaría a alguien visitar La Ronda/San Marcos?

1. Si _____ (Si contesta SI, pase a la pregunta No.11)

2. No _____ (Si contesta NO, pase a la pregunta No.12)

11. ¿Si su respuesta es sí, por qué recomendaría? Escriba su razón.

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

12. ¿Si su respuesta es no, por qué no recomendaría? Escriba su razón.

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

13. ¿Cree usted que La Ronda/San Marcos tiene la infraestructura turística adecuada para ofertar los servicios a los visitantes?

1. Si _____

2. No _____ (Si su respuesta es NO qué es lo que falta)

.....
.....

14. ¿Qué otros servicios turísticos e infraestructura le gustaría que exista en La Ronda/San Marcos?

.....

 15. Apreciaríamos su calificación en los siguientes puntos. 1 [Bajo] 5[Excelente]

1	Experiencia de la visita	1	2	3	4	5
2	Limpieza	1	2	3	4	5
3	Señalización	1	2	3	4	5
4	Iluminación	1	2	3	4	5
5	Seguridad	1	2	3	4	5
6	Calidad de servicio	1	2	3	4	5
7	Señal Vías de acceso	1	2	3	4	5
8	Conexión wifi	1	2	3	4	5

16. ¿Cómo llegó hasta La Ronda/San Marcos?

1. Auto propio _____ (Pasar a la pregunta No17)
2. Transporte público _____ (Pasar a la pregunta No18)
3. Otro _____ (Pasar a la pregunta No19)

17. ¿Encontró parqueadero?

1. Si _____ (Pasar a la pregunta No19)
2. No _____ (Pasar a la pregunta No19)

18. ¿Cómo califica al servicio de transporte público?

Pésimo _ _ _ _ _ Excelente
 Inseguro _ _ _ _ _ Seguro
 Lento _ _ _ _ _ Rápido

19. En general ¿Qué mejoraría en los establecimientos que usted ha visitado el día de hoy en el corredor turístico La Ronda/San Marcos?

.....

