



**La animación turística cultural nocturna como aporte al desarrollo local en el barrio  
San Marcos, Centro Histórico de Quito**

Báez León, Yamileth Estefania y Gómez Chávez, Viviana Noemi

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración  
Turística y Hotelera

Msc. Suárez Velasco, Jenny Elizabeth PhD.

02 de agosto del 2022

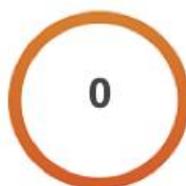


### Tesis Báez & Gómez (2).pdf

Scanned on: 19:53 August 5, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	0
Words with Minor Changes	0
Paraphrased Words	0
Omitted Words	104



Firmado electrónicamente por:  
**JENNY ELIZABETH  
SUAREZ VELASCO**



**Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio**

**Carrera de Administración Turística y Hotelera**

### **Certificación**

Certifico que el trabajo de titulación: **“La animación turística cultural nocturna como aporte al desarrollo local en el barrio San Marcos, Centro Histórico de Quito”** fue realizado por las señoritas **Báez León, Yamileth Estefania y Gómez Chávez, Viviana Noemi**; el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

**Sangolquí, 02 de agosto de 2022**

Firma:



Firmado electrónicamente por:  
**JENNY ELIZABETH  
SUAREZ VELASCO**

.....  
**Msc. Suárez Velasco, Jenny Elizabeth PhD.**

C. C.: 1712506912



**Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio**

**Carrera de Administración Turística y Hotelera**

**Responsabilidad de Autoría**

Nosotras, **Báez León, Yamileth Estefania** y **Gómez Chávez, Viviana Noemi**, con cédulas de ciudadanía n°1724947062 y n°1726477258, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **La animación turística cultural nocturna como aporte al desarrollo local en el barrio San Marcos, Centro Histórico de Quito**, es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

**Sangolquí, 02 de agosto de 2022**

Firma:

.....  
**Báez León, Yamileth Estefania**

C.C.: 1724947062

Firma:

.....  
**Gómez Chávez, Viviana Noemi**

C.C.: 1726477258



**Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio**

**Carrera de Administración Turística y Hotelera**

**Autorización de Publicación**

Nosotras, Báez León, Yamileth Estefania y Gómez Chávez, Viviana Noemi, con cédulas de ciudadanía n°1724947062 y n°1726477258, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **La animación turística cultural nocturna como aporte al desarrollo local en el barrio San Marcos, Centro Histórico de Quito** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

**Sangolquí, 02 de agosto de 2022**

Firma:

.....  
**Báez León, Yamileth Estefania**

C.C.: 1724947062

Firma:

.....  
**Gómez Chávez, Viviana Noemi**

C.C.: 1726477258

### **Dedicatoria**

Quiero dedicar este trabajo de investigación a mi abuelita Rosita y a mis padres Marco Báez y Elizabeth León quienes me han apoyado siempre y han sido gran parte de mi inspiración y mi principal motivo para seguir adelante cumpliendo cada propósito y meta en mi vida.

A mi hermana Daniela Báez que siempre será mi vida entera por estar conmigo en los buenos y malos momentos, que con su amor y su apoyo incondicional ha sacado la mejor versión de mí para poder progresar, te amo mucho ñaña, te dedico este esfuerzo a ti y a la bendición nueva que viene en camino y forma parte de nuestras vidas.

A mi mejor amiga Dolly Velasteguí y mi pequeña Yaya que ha sido parte y testigo del esfuerzo y de las adversidades que he pasado y que sin embargo ha sido mi principal apoyo en todo momento.

Y finalmente dedico a todos mis familiares que han estado conmigo desde pequeña guiándome y aconsejándome en todo momento, su apoyo también es un pilar importante en mi vida y ahí se ve el verdadero significado de lo que es “familia” esto también es por ustedes y gracias a ustedes.

**Yamileth Báez**

Dedico el presente trabajo de titulación a mis padres, Mario y Josefa, quienes me han enseñado a no darme por vencida ante las adversidades que se me presenten en el camino al intentar cumplir mis metas.

A mis hermanos David y Mónica, quienes han sido mis consejeros y me han alentado a seguir mis sueños.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a mis amigos por brindarme su apoyo en los buenos y malos momentos.

**Viviana Gómez**

## Agradecimientos

Quiero agradecer primero a Dios por bendecir y guiar cada paso en mi vida, por permitirme alcanzar metas y enseñanzas teniendo fe y creyendo que todo es posible gracias a él.

A mi abuelita Rosa Arroyo que desde pequeña me dio el amor suficiente e hizo todo lo posible por verme crecer, educándome, apoyándome y dándome todos los consejos sabios y valores que me han ayudado en el trayecto de mi vida para ser una buena persona, una buena hija y una buena nieta.

A mi madre Elizabeth León que fue mi aliento y mi refugio para seguir adelante en muchas situaciones donde me daba por vencida, porque sacaba fuerzas como un león para luchar y darme valentía con todo su amor y sus palabras, te amo mami hermosa gracias por todo.

A mi padre Marco Báez que siempre será el primer amor de mi vida, que con todo su amor, paciencia y cariño ha llenado mi corazón de tantas alegrías y ha hecho de mí, una hija que ha aprendido a sobrellevar todo, ha sido mi pañuelo de lágrimas y el mejor confidente.

A mis hermanos Daniela, Nahomi y Matías que siempre han estado en los buenos y malos momentos junto a mí, que han sido mi apoyo y felicidad inmensa con todas sus ocurrencias, gracias ñaños por compartir mis logros y quiero verlos triunfar también.

Agradezco a nuestra tutora de tesis Ing. Jenny Suárez que con su ayuda y vocación hemos logrado hacer de este un buen proyecto de investigación y a todos mis ingenieros de la carrera de Turismo, por compartir sus conocimientos y experiencias para poder ser unos buenos profesionales.

A mi compañera de tesis Viviana Gómez que a más de ser una buena persona la considero una gran amiga a quién quiero mucho y ha dedicado tiempo, esfuerzo y sobre todo paciencia para lograr este trabajo, gracias por compartir buenos momentos en la universidad que nunca olvidaré.

Quiero agradecer a una especial y sincera amistad que se formó desde que empecé la universidad en nivelación hasta el día de hoy y por muchos años más, a ti mi Betty Lu gracias por compartir gratos momentos, te quiero un montón. Y por último quiero agradecer a todos mis amigos y compañeros de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, quienes han sido parte muy importante de esta linda etapa, me llevo los mejores momentos, recuerdos y anécdotas vividas en nuestra segunda casa, gracias por todo.

**Yamileth Báez**

Agradezco a mis padres por su apoyo y cariño que me han brindado a lo largo de estos años, por cada acto de sacrificio que realizaron para contribuir a mi formación personal y profesional, por ser mis ejemplos de perseverancia e inspiración que me ha permitido llegar a cumplir una meta más que es la culminación de mis estudios de tercer nivel.

A mis hermanos quienes a pesar de sus obligaciones han estado conmigo en todo este proceso, siendo mis guías y guardianes, además de enseñarme que con trabajo y dedicación todo se puede conseguir.

A mis amigas, Liz y Jess, quienes me han apoyado en el trascurso de la carrera y me han brindado palabras de aliento, las cuales me motivaron a seguir con este trabajo de investigación, gracias por su ayuda incondicional.

A mis docentes, quienes con sus enseñanzas contribuyeron a mi crecimiento personal y profesional.

Finalmente quiero agradecer especialmente a mi tutora, Msc. Jenny Suárez, quien nos supo guiar y brindar el apoyo necesario para culminar este trabajo.

**Viviana Gómez**

## Índice de Contenidos

Carátula.....	1
Similitud de Contenido.....	2
Certificado del Director .....	3
Responsabilidad de Autoría .....	4
Autorización de Publicación .....	5
Dedicatoria .....	6
Agradecimientos .....	7
Índice de Contenidos .....	9
Índice de Tablas.....	13
Índice de Figuras .....	15
Resumen.....	17
Abstract.....	18
Introducción.....	19
Antecedentes .....	19
Planteamiento del problema.....	20
Objetivos .....	21
Objetivo General .....	21
Objetivos Específicos .....	21
Capítulo I.....	22
Marco Teórico .....	22
Teorías de Soporte .....	22
Teoría Desarrollo Local .....	22
Animación Sociocultural .....	25
Modelo Interpretativo de la Animación Sociocultural .....	30
Marco Referencial.....	33
Análisis Comparativo .....	38

	10
Marco Conceptual.....	41
Actividades Culturales .....	41
Animación Nocturna.....	42
Animación Turística .....	42
Barrio.....	42
Centro Histórico .....	42
Cultura.....	42
Desarrollo Local .....	43
Desarrollo Turístico.....	43
Manifestaciones Culturales.....	43
Oferta Turística Cultural.....	43
Patrimonio Cultural .....	43
Programas de Animación .....	44
Turismo Cultural.....	44
Marco Legal .....	44
Constitución de la República del Ecuador .....	44
Ley Orgánica de Cultura.....	46
Ley de Patrimonio Cultural .....	46
Ordenanza Metropolitana 143 Régimen del Suelo .....	47
Ordenanza Metropolitana 260 .....	48
Capítulo II.....	49
Marco Metodológico.....	49
Enfoque de la investigación.....	49
Tipos de investigación .....	49
Por su finalidad: Aplicada .....	49
Por su alcance: Descriptiva .....	50
Por las fuentes de información: Cuantitativas y Cualitativas .....	50
Procedimiento para recolección de datos .....	50

	11
Método analítico – sintético .....	51
Método histórico – lógico .....	51
Método inductivo – deductivo .....	51
Determinación de la población y muestra .....	52
Población .....	52
Muestra .....	53
Tratamiento y análisis de la información .....	54
Instrumentos .....	54
Recolección Bibliográfica.....	54
Encuesta .....	55
Entrevista .....	55
Capítulo III.....	56
Resultados .....	56
Diagnóstico Situacional .....	56
Macro ambiente – Centro Histórico de Quito .....	56
Micro ambiente – Barrio San Marcos .....	59
Análisis de los resultados .....	65
Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del CHQ .....	65
Análisis de los resultados de las entrevistas aplicados a expertos .....	83
Capítulo IV .....	93
Propuesta.....	93
Barrio San Marcos - Zona 1.....	93
Centro Histórico de Quito - Zona 2.....	96
Actividades Culturales Nocturnas de Animación Turística .....	98
Festivales Artísticos Culturales .....	98
Juegos Tradicionales.....	104
Recorrido Nocturno de Animación Turística .....	109
Degustaciones Gastronómicas.....	110

Presupuesto .....	112
Estrategias .....	114
Conclusiones.....	116
Recomendaciones .....	117
Bibliografía .....	118
Apéndices .....	125

### Índice de Tablas

Tabla 1 Análisis comparativo del cumplimiento de factores de éxito de España, Brasil, México, Argentina, Colombia y Ecuador .....	40
Tabla 2 Llegadas de Turistas .....	52
Tabla 3 Población Centro Histórico de Quito por grupos de edades .....	58
Tabla 4 Información General barrio San Marcos .....	60
Tabla 5 Atractivos Culturales del Barrio San Marcos – Tipo: Arquitectura .....	61
Tabla 6 Género de los turistas .....	65
Tabla 7 Edad de los Turistas .....	66
Tabla 8 Lugar de procedencia de los turistas .....	67
Tabla 9 Ocupación.....	68
Tabla 10 Participación de Animación Turística .....	69
Tabla 11 Actividades de participación de Animación Turística .....	70
Tabla 12 Visita al barrio San Marcos .....	72
Tabla 13 Motivo de visita al barrio San Marcos .....	73
Tabla 14 Motivo por el cual no visita el barrio San Marcos .....	74
Tabla 15 Preferencias de Atractivos Turísticos de San Marcos .....	75
Tabla 16 Participación en actividades turísticas .....	77
Tabla 17 Predisposición de participar en actividades turísticas culturales nocturnas en San Marcos.....	78
Tabla 18 Razones de no participar en actividades turísticas culturales nocturnas en San Marcos.....	78
Tabla 19 Factores que intervienen en la visita de San Marcos en la noche .....	80
Tabla 20 Medios de comunicación .....	82
Tabla 21 Perfil de las Personas Entrevistadas .....	84
Tabla 22 Respuestas de los Expertos en el Campo Turístico.....	86
Tabla 23 Conclusiones Entrevistas .....	92
Tabla 24 Atractivos Zona 1 - San Marcos.....	95

Tabla 25 Distancia de los Atractivos Culturales de San Marcos .....	97
Tabla 26 Presupuesto de las Actividades .....	112
Tabla 27 Estrategias Seguridad y Promoción Turística.....	114

## Índice de Figuras

Figura 1 Dimensiones del desarrollo local .....	23
Figura 2 Proceso de la animación sociocultural.....	27
Figura 3 Animación participativa, Museo del Agua YAKU .....	28
Figura 4 Animación contemplativa, Fiesta de las Luces Quito .....	29
Figura 5 Animación mixta, la fiesta del Rey .....	30
Figura 6 Modelo Interpretativo.....	31
Figura 7 Competencias del Ciclo de Animación Sociocultural .....	32
Figura 8 Registro histórico de la población en el Centro Histórico de Quito .....	57
Figura 9 Fachada Museo de Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño.....	63
Figura 10 Fachada más pequeña de la ciudad.....	64
Figura 11 Colegio Alemán .....	65
Figura 12 Género de los Turistas .....	66
Figura 13 Edad de los Turistas.....	67
Figura 14 Lugar de procedencia de los turistas.....	68
Figura 15 Ocupación .....	69
Figura 16 Participación de Animación Turística.....	70
Figura 17 Actividades de Animación Turística .....	71
Figura 18 Visita al barrio San Marcos .....	72
Figura 19 Motivos de visita al barrio San Marcos .....	73
Figura 20 Motivo por el cual no han visitado el barrio San Marcos.....	74
Figura 21 Preferencia de Atractivos Turísticos de San Marcos .....	76
Figura 22 Participación en actividades turísticas.....	77
Figura 23 Predisposición de participar en actividades turísticas culturales nocturnas .....	79
Figura 24 Razones de no participar .....	79
Figura 25 Factores que intervienen en la visita de San Marcos en la noche.....	81
Figura 26 Medios de comunicación.....	83

Figura 27 Delimitación Barrio San Marcos.....	94
Figura 28 Delimitación CHQ y San Marcos .....	96
Figura 29 Grupo de Danza .....	98
Figura 30 Banda Musical .....	99
Figura 31 Taller de Clown.....	99
Figura 32 Chullas Quiteños .....	102
Figura 33 Cine Ecuatoriano.....	103
Figura 34 Festival Nuestro Pasillo.....	103
Figura 35 Palo Ensebado .....	105
Figura 36 Plaza San Marcos .....	106
Figura 37 Juego de la Rueda .....	107
Figura 38 Calle Junín.....	108
Figura 39 Representación de la época .....	109
Figura 40 San Marcos .....	110
Figura 41 Feria Gastronómica.....	111

## Resumen

En el Ecuador el desarrollo turístico local es un elemento importante dentro del turismo porque representa el proceso de desarrollo económico entre factores productivos locales y actividades culturales que forman parte de las tradiciones y costumbres, así como también de los valores sociales, económicos y ambientales. Las actividades concentran sus raíces en contenidos artísticos en donde su principal objetivo es ofrecer espectáculos y satisfacer las necesidades de los turistas a través de tradiciones auténticas, las cuales despiertan en el visitante el deseo de explorar e interactuar con una comunidad diferente.

Por otro lado, en la actualidad, la animación turística cultural nocturna es una nueva alternativa que tienen los turistas al momento de conocer lugares llamativos donde buscan experiencias relacionadas con el entretenimiento y la diversión donde puedan participar, socializar y comunicarse, creando así un vínculo con la localidad.

De este modo la presente investigación se enfatiza en el barrio San Marcos debido a que posee riqueza arquitectónica, histórica y cultural, la cual ayuda al crecimiento del turismo en el Centro Histórico de Quito, y a su vez aporta para el desarrollo local de la zona y de la oferta turística nocturna en diferentes áreas, las mismas que están dirigidas en satisfacer necesidades e intereses a partir de actividades de animación turística con el fin de intercambiar y permitir la formación y aprendizaje de la cultura entre la comunidad anfitriona y los turistas, enfocándose en la conservación de los recursos sin destruir los escenarios donde se desarrollen dichas actividades.

*Palabras clave:* animación turística, actividades culturales, desarrollo local, barrio.

### **Abstract**

In Ecuador, local tourism development is an important element within tourism because it represents the process of economic development between local productive factors and cultural activities that are part of traditions and customs, as well as social, economic and environmental values. The activities concentrate their roots in artistic content where their main objective is to offer shows and satisfy the needs of tourists through authentic traditions, which awaken in the visitor the desire to explore and interact with a different community. On the other hand, at present, the nocturnal cultural tourist animation is a new alternative that tourists have when visiting attractive places where they seek experiences related to entertainment and fun where they can participate, socialize and communicate, thus creating a link with the locality.

In this way, the present investigation is emphasized in the San Marcos neighborhood because it has architectural, historical and cultural wealth, which helps the growth of tourism in the Historic Center of Quito, and in turn contributes to the local development of the area and of the nocturnal tourist offer in different areas, the same ones that are aimed at satisfying needs and interests from tourist animation activities in order to exchange and allow the formation and learning of the culture between the host community and the tourists, focusing on the conservation of resources without destroying the scenarios where these activities are carried out.

*Key words:* tourist animation, cultural activities, local development, neighborhood.

## Introducción

### Antecedentes

El turismo es una actividad importante que permite el desarrollo económico de un lugar, lo cual ha generado que en la actualidad varios destinos turísticos realicen diferentes promociones para atraer al mayor número de turistas, mismos que tienen como motivación principal aprender y conocer nuevas culturas o visitar sitios culturales. En el país, específicamente en la ciudad de Quito, destaca el Centro Histórico de Quito, lugar que ha sido declarado como Patrimonio Cultural y también porque en la última década ha sido galardonado a Nivel Internacional con varios premios en el certamen de World Travel Awards (Agencia EFE, 2018).

Dentro del Centro Histórico de Quito se encuentra el barrio San Marcos ubicado desde el convento Santa Catalina hasta la calle Junín, este vecindario bohemio combina la expresión artística, histórica y cultural de la ciudad. Estos rasgos se pueden apreciar en la arquitectura republicana o neo-clásica de las viviendas, en las exposiciones de sus museos, galerías de arte, talleres de artesanías, casa de la danza, además de los restaurantes temáticos y cafeterías.

Asimismo, las actividades concentran sus raíces en contenidos artísticos y culturales de la localidad, su principal objetivo es ofrecer espectáculos y satisfacer las necesidades de los turistas porque reúne tradiciones únicas y auténticas, las cuales despiertan en el turista el deseo de vivenciar y explorar una cultura diferente.

De igual forma, la animación turística cultural nocturna también forma parte de una nueva alternativa que tienen los turistas al momento de conocer nuevos lugares y experiencias relacionadas con el entretenimiento y la diversión donde puedan participar, socializar y comunicarse con los demás.

## **Planteamiento del problema**

El barrio San Marcos está considerado como uno de los catorce barrios dentro del Centro Histórico de Quito; sin embargo, la llegada de turistas a este sector es limitada, por el desconocimiento de los diferentes atractivos turísticos y de las actividades que se realizan en este sitio de la ciudad. De la misma forma, otro factor que conlleva a la baja demanda, es que el barrio carece de políticas de conservación y administración del patrimonio cultural lo que genera su desvalorización.

A pesar de que el barrio San Marcos está en el Centro Histórico de Quito, este se encuentra ubicado en la parte exterior de la zona turística, lo que conlleva a que no se lo considere como destino turístico al no realizarse promociones del lugar restando así importancia al potencial cultural que posee en sus atractivos.

Por otra parte, los turistas no buscan otros espacios para realizar actividades turísticas, lo que provoca que se desconozca la práctica de turismo cultural desarrollado por los habitantes de este populoso barrio. De este modo, los moradores y prestadores de servicio de San Marcos, no tienen una participación comunitaria activa que ayude a la integración de los turistas nacionales y extranjeros con las expresiones culturales e históricas.

El sector ha desarrollado prácticas empíricas en la atención brindada a los turistas, esta forma tradicional restringe el interés por parte de los turistas a visitar estos sitios. Por consiguiente, impide que se utilice la animación turística como herramienta para aumentar el flujo de visitantes y también no permite que se involucre al turista en diferentes actividades que promuevan el intercambio cultural.

Por esta razón, la realización de la presente investigación tiene como finalidad revalorizar la identidad quiteña rescatando el arte y la cultura con diferentes actividades de animación turística cultural dentro del Barrio San Marcos.

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Establecer las actividades de animación turística cultural nocturna en el barrio San Marcos como aporte al desarrollo turístico local.

### ***Objetivos Específicos***

1. Investigar las actividades turísticas culturales en contextos de éxito como los barrios.
2. Definir los factores de éxito de los diferentes contextos que cumplen los barrios para ser considerados turísticos.
3. Diagnosticar la oferta y demanda turística cultural que posee el barrio San Marcos a través de la recolección de datos que contribuyan a la obtención de información sobre actividades de animación turística cultural.
4. Diseñar actividades culturales nocturnas de animación turística para su implementación en rutas turísticas dentro del barrio San Marcos, Centro Histórico de Quito.

## Capítulo I

### Marco Teórico

#### Teorías de Soporte

##### *Teoría Desarrollo Local*

El desarrollo local es definido como un progreso económico y de cambio estructural que orienta a una mejora al nivel de vida de la población, en el que se diferencian tres dimensiones. Inicialmente se encuentra la dimensión económica, en el cual los empresarios locales usan sus competencias para organizar diferentes componentes locales con niveles de productividad con el fin de demostrar su potencial; seguido, está la dimensión sociocultural, en donde los valores y las instituciones sirven de base para el proceso de desarrollo. Finalmente, se toma en consideración la dimensión política administrativa, la misma que indica que las políticas territoriales permiten la creación de un ambiente económico local propicio, que impulsa su correcto desenvolvimiento (Vázquez, 1998, como se citó en Arias, 2015).

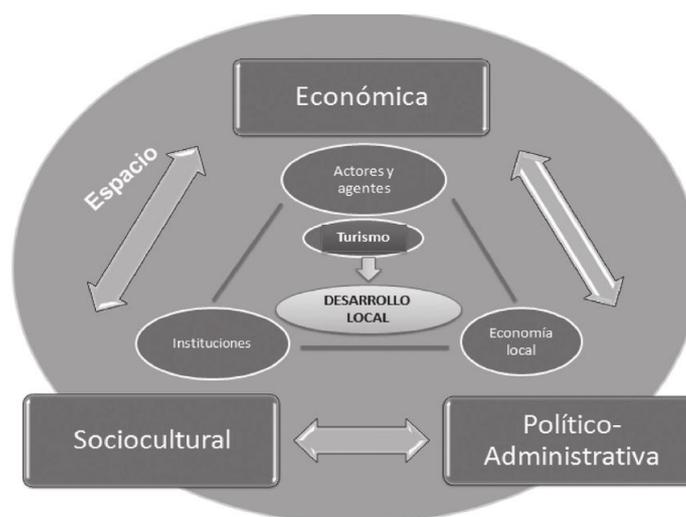
Tomando en consideración la conceptualización del desarrollo local, se ha identificado que el crecimiento de un lugar no se articula exclusivamente de acuerdo a una dimensión. De este modo, se contemplan los valores socioculturales, administrativos y económicos, donde se pretende analizar los ámbitos culturales y sociales, mismos que también generan un desarrollo sostenible (Vázquez, 1998, como se citó en Arias, 2015). Esto debido a que dentro de esta dimensión se controlan o manejan los recursos a nivel local para su desarrollo, identificando las agrupaciones sociales favorecidas, en donde se establece una relación entre el turismo y el desarrollo, al incorporar aspectos culturales, sociales y económicos.

Asimismo, al tener rentabilidad económica y bienestar social de un espacio local o un lugar específico contribuyen a su crecimiento, debido a que las actividades turísticas dentro de una zona crean diferentes acciones que involucra a varios actores de ese lugar a que aprovechen los recursos que poseen (Consejo Nacional de Cultura y las Artes, 2015).

De igual forma, la teoría del desarrollo local también permite, analizar la actividad turística debido a que el concepto tiene una relación con el turismo al ser una actividad que permite integrar la planificación con el fin de generar un desarrollo y mejorar la calidad de vida de los pobladores o comunidades receptoras (Varisco, 2008).

### Figura 1

*Dimensiones del desarrollo local*



*Nota.* El gráfico indica las dimensiones y elementos que intervienen en el desarrollo local.

Tomado de *Propuesta para el diseño de la política turística en Morelia desde la perspectiva del desarrollo local. Una comparación con Santiago de Compostela* (p. 51), por Ochoa y Gómez, 2014.

Por otro lado, en el desarrollo local intervienen elementos que permiten el desenvolvimiento de las dimensiones y la participación e interacción de sus actores, como lo indican Ochoa y Gómez (2014), mismos que son descritos a continuación:

- **Espacio:** este elemento es considerado como el más importante y el principal, debido a que en este van a interactuar las dimensiones con el fin de materializar procesos productivos, en donde se identifica a la comunidad de ese territorio, los mismos que son un factor determinante dentro del desarrollo local y a su vez en la actividad turística.

- **Dimensiones:** para lograr el desarrollo local las dimensiones: económica, sociocultural y político administrativo, deben interactuar entre sí, a través de la utilización del potencial existente en el territorio, para así lograr una mejora en el bienestar y calidad de vida de la comunidad o sociedad.
- **Agentes y actores locales:** protagonistas o beneficiarios directos del desarrollo, quienes mediante su participación permiten que se creen iniciativas y estrategias para el crecimiento en su entorno. Dentro del ámbito turístico se puede destacar como actores, al sector público siendo el gobierno en sus diferentes niveles de administración, el sector privado en donde intervienen los establecimientos o empresas turísticas y por último la sociedad.
- **Instituciones:** organismos que establecen las normativas, políticas o reglas para los procesos locales o actividades que se lleven a cabo en la localidad.
- **Economía local:** consiste en las relaciones productivas y sociales que logran que exista una producción, distribución y consumo dentro del territorio, siendo la fuente de sustento de la población. Este elemento en el turismo radica su importancia en la competitividad dentro del sector, mismo que sirve para la interacción y desarrollo de los otros elementos.

**Características del desarrollo local.** Dentro de este proceso que ayuda a una comunidad al progreso económico y social, con una participación directa de sus actores para el mejoramiento de su nivel de vida, se puede distinguir varias características como lo recalca Santa Cruz et al. (2019), las cuales son:

- Tiene como prioridad el respeto por el uso de los recursos locales con un enfoque de sostenibilidad ante un crecimiento económico.
- Sus objetivos son el desarrollo y la reestructuración del sistema productivo, el incremento en la capacidad de generación de empleos y mejorar el nivel de vida de la población.

- Cuenta con elementos competitivos como ingresos, recursos físicos y humanos, los cuales permiten generar riquezas y el desarrollo humano.
- Es un proceso de transición en el ámbito económico de un determinado espacio, el cual debe superar adversidades y cambios dentro de la globalización y la estructura que lo comprende, con la finalidad de contribuir al desarrollo.
- Identifica los principales recursos y potencialidades de un territorio con el fin de permitir su transformación o mejoramiento.
- Incrementa la participación activa de los habitantes y también la equidad entre posiciones locales.
- Fomentar iniciativas empresariales y de servicios para así lograr el fortalecimiento de la cultura emprendedora.
- Reconoce al patrimonio natural y cultural como activos de desarrollo.
- Crear un espacio con la comunidad para crear dinámicas que integren a los diferentes sectores y actores públicos o privados.
- Establecer estrategias de acción para la protección de los recursos, la prosperidad económica y el bienestar social.

### ***Animación Sociocultural***

La animación sociocultural (ASC) es un medio de acción socioeducativo que logra autonomía y cambio social en los barrios. Entendiendo a la cultura como un bien social que evoluciona, desde lo colectivo hasta lo comunitario. Desde esta perspectiva se quiere generar nuevos espacios simbólicos de encuentro y participación, en dónde, el género, las identidades, la diversidad y diferentes aspectos, se unen en un todo, formando así expresiones colectivas dentro de la comunidad (Hipólito et al., 2020).

La animación sociocultural promueve un aprendizaje de reflexión y concienciación, donde se construyen procesos de transformación y cambios sociales, mismos que ayudan al desarrollo de las experiencias entre los involucrados que son los turistas y el barrio. Esta experiencia sirve para identificar las realidades del barrio, desde un punto crítico y analítico,

destacando el valor de los saberes, prácticas sociales y la cultura, que pueda emanar el barrio (Hipólito, 2017, como se citó en Hipólito et al., 2020).

Por consiguiente, la animación busca el desarrollo y la reactivación de la comunidad a través de la participación que involucre activamente a los interesados en procesos culturales, facilitados por un mediador que en este caso son los animadores socioculturales. También la ASC crea acciones sociocomunitarias que permite una participación real entre los involucrados, contribuyendo con el desarrollo de la cultura popular y del bienestar de las comunidades o pobladores, de esta forma se los reconoce como sujetos de acción que ayudan al fortalecimiento de la identidad y cultura (Hipólito et al., 2020).

### **Principios.**

- 1. El proceso.** Consiste en la transformación de los pensamientos y de las posturas de una sociedad, las cuales promueven nuevos valores y formas de interpretación de la realidad.
- 2. La metodología.** En la comunidad social se plantean necesidades e intereses de los distintos sectores que los componen. La metodología es un conjunto de técnicas que intervienen para evitar una acción indiscriminada dentro de la comunidad.
- 3. La participación.** Capacidad de intervenir ante problemas, prioridades, planificación, ejecución y gestión de acciones.
- 4. La organización.** Acción colectiva, solidaria y organizada, que ayuda con el fortalecimiento de la sociedad y el desarrollo de la capacidad colectiva ante necesidades.
- 5. La transformación social.** Cambios que tienen como finalidad la participación en el desarrollo a través de procesos que involucren a grupos o sectores.
- 6. La cultura.** Se la define como diferentes formas de entendimiento, manifestaciones y comportamientos de una comunidad, expresados en una identidad propia que genera una diversidad cultural (Gómez, 2021).

## Figura 2

### Proceso de la animación sociocultural

Democratización cultural	
Difundir los beneficios de la cultura al conjunto de la población.	
La práctica de la democratización cultural consiste en proporcionar conocimientos culturales, en hacer participar de los beneficios de la élite cultural.	
Cerrar la brecha o foso que produce la desigual posesión de bienes culturales.	
Cultura como consumo	
1. Estrategia de integración	7. En los templos culturales
2. Reservada a los iniciados	8. Recepción
3. 4Cultura "Museística"	9. Burocracia cultural
4. Incremento del mercado cultural	10. Cambios inducidos
5. Cultura Culta	11. Política cultural desde la cúspide
6. Pasividad. Consumo Cultural	
Industria cultural	
El rol institucional de la animación es en este caso, el de hacer circular todo tipo de discurso cultural de la manera más eficaz posible.	
El animador/a actuaría como mediador entre el arte y la ciudadanía; su función es la de trasvasar bienes culturales.	
Democracia cultural	
La práctica de la democracia cultural consiste en asegurar a individuos, grupos, o comunidades, los instrumentos para que con libertad, responsabilidad y autonomía puedan desarrollar su vida cultural.	
Cultura de participación	
1. Estrategia participación	7. Actividad
2. Cambio Autónomo	8. Creación Cultural
3. Abierta a todos/as	9. Participación
4. Libre Expresión	10. Allí donde vive la Gente
5. Crecimiento de la actividad cultural	11. Movimiento Cultural. Política Cultural desde la Base
6. Cultura Viva	
Creación cultural	
Revolución cultural	
El rol institucional de la animación es el de generar procesos de participación cultural de la manera más amplia posible.	El animador/a es un catalizador que ayuda a desatar un proceso de dinamización cultural.

Nota. El gráfico muestra como es el proceso de la animación sociocultural, en donde la cultura se convierte en un bien de consumo al alcance de todas las personas, quienes pasan de ser espectadores a consumidores o participantes dentro de la industria cultural, siendo el encargado de esta difusión el animador. Tomado de *La animación sociocultural*, por Gómez, 2021.

Por otro lado, la animación turística aparece con el fin de satisfacer las necesidades de los viajeros o turistas, misma que ha tenido un crecimiento sustancial debido a que el tiempo libre para las personas ha tomado importancia, influyendo principalmente en los prestadores de servicios, quienes ofertan una recreación atractiva y dinámica con una variedad de actividades para cubrir los deseos y carencias de los visitantes, permitiendo además que estos puedan crear un entorno estable y funcional dentro de su vida (Frías et al., 2017).

Otra de las llamativas definiciones de la animación turística consiste en proyectar pensamientos y acciones que influyen en la identidad nacional, así como también en la motivación y participación tanto física y mental, donde puedan asociar la comunicación y el entretenimiento como una experiencia única que contribuya al desarrollo personal de turistas (Frías et al., 2017).

Existen varios tipos de animación turística con la cual se enfatiza tres tipos importantes:

**Animación participativa:** consiste en involucrar a los turistas a que participen en diferentes actividades propias del lugar, como por ejemplo obras de teatro, bailes, manualidades, juegos tradicionales, entre otros.

### Figura 3

*Animación participativa, Museo del Agua YAKU*



*Nota.* El gráfico representa la animación participativa dentro del museo al realizar varias actividades donde el visitante puede participar. Tomado de *YAKU Museo del Agua*, por iWana Trip, 2020.

**Animación contemplativa:** se basa principalmente en ofrecer actividades donde los visitantes solo observan y aprecian la animación, sin involucrarse directamente es decir que no participan, dentro de estas actividades pueden ser espectáculos de magia, asistir a partidos deportivos y visitar museos o huertos ecológicos.

**Figura 4**

*Animación contemplativa, Fiesta de las Luces Quito*



*Nota.* El gráfico muestra a un grupo de espectadores disfrutando la fiesta de las luces en Quito. Tomado de *Digital AV Magazine*, por Digital AV Magazine, 2018.

**Animación mixta:** corresponde a una combinación de la animación participativa y contemplativa, en donde se ofrecen diferentes actividades donde las personas pueden participar o solo contemplar la actividad para su entretenimiento (Acuña, 2011).

**Figura 5**

*Animación mixta, la fiesta del Rey*



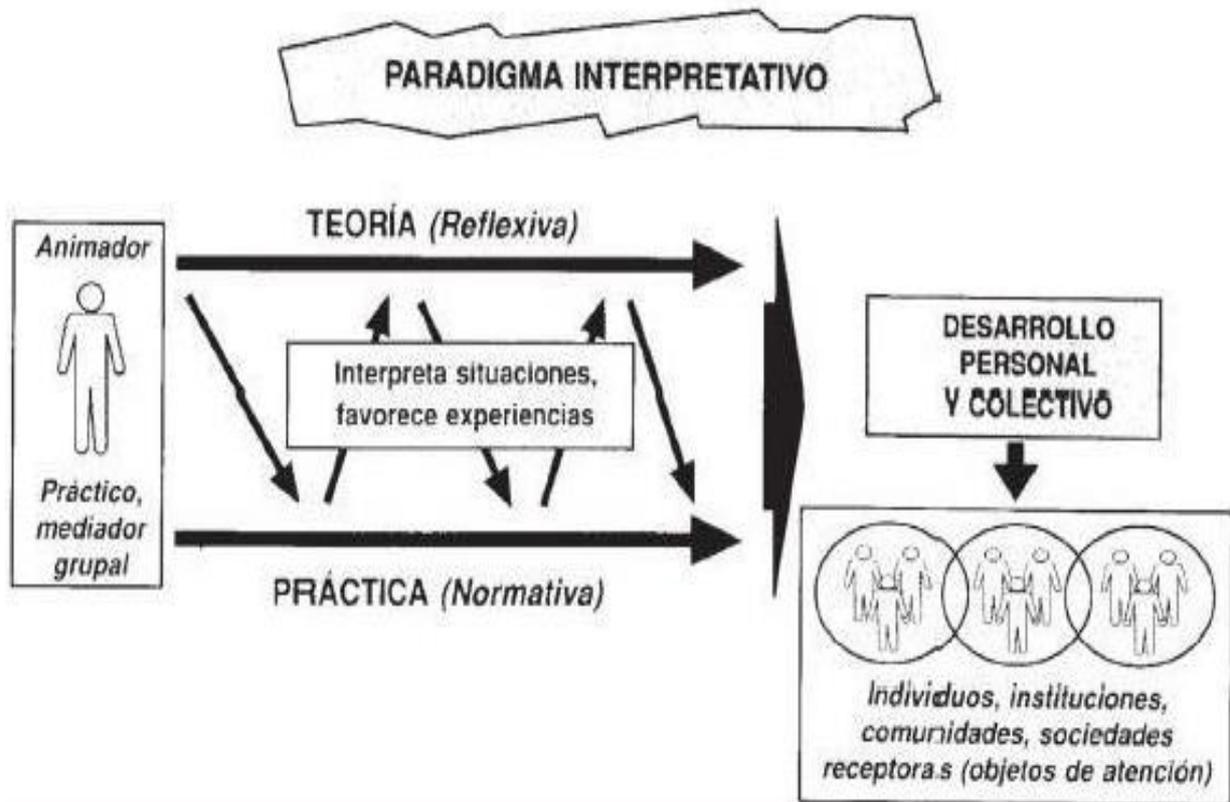
*Nota.* El gráfico representa un espectáculo de animación con música participativa para la contemplación de todo el público. Tomado de *La Fiesta del Rey*, por Luca Park, 2011.

***Modelo Interpretativo de la Animación Sociocultural***

Este modelo considera que el ser humano tiene la capacidad de relacionarse socialmente con otros individuos que presentan las mismas características, siendo el animador el encargado de intervenir para promover proceso de socialización a través de diferentes actividades que transmiten la cultura e identidad, logrando así que sé de un desarrollo personal y colectivo al desenvolverse en un mismo espacio (Caride, 1997, como se citó en Madueño, 2020).

Figura 6

Modelo Interpretativo

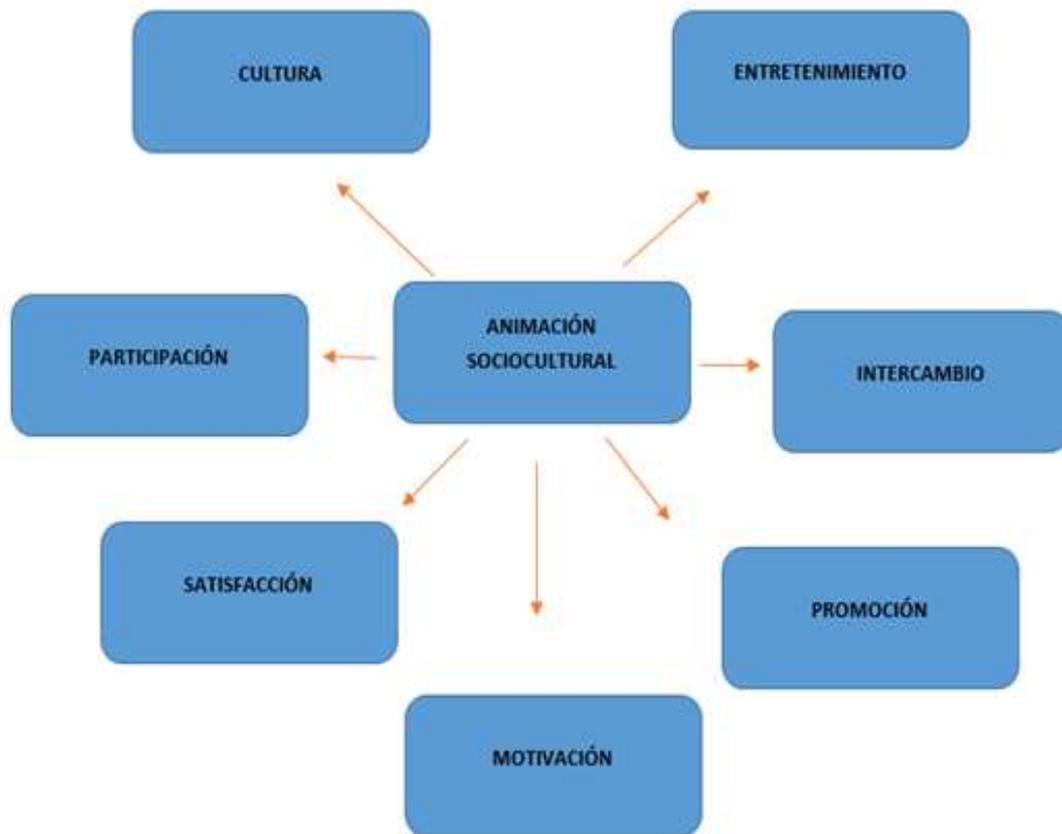


*Nota.* El gráfico representa el desenvolvimiento de los actores dentro del modelo interpretativo de la animación sociocultural, misma que indica cómo sucede el proceso para obtener un desarrollo personal o colectivo partiendo de un animador. Tomado de *Paradigmas teóricos*, por Caride, 1997.

De igual forma, se toma en cuenta las competencias que abarca el ciclo de animación sociocultural, las mismas que permiten crear, organizar, implementar y evaluar las diferentes intervenciones de la animación sociocultural al promover una participación activa de los grupos involucrados (Arencibia et al., 2017).

**Figura 7**

*Competencias del Ciclo de Animación Sociocultural*



*Nota.* Este gráfico indica una adaptación de las principales competencias que abarca un ciclo de animación sociocultural para su desenvolvimiento. Tomado de *Competencia General del Ciclo de la Animación Sociocultural y Turística*, por Arencibia, Hernández y Robaina, 2017.

### **Marco Referencial**

En el Quinto Congreso Internacional Virtual de Animación Sociocultural organizado por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia de Colombia en 2014, Carles Monclús, miembro de la Red Iberoamericana de Animación Sociocultural (RIA), mencionó que la animación sociocultural se la considera como un conjunto de prácticas sociales que tienen como objetivo estimular la iniciativa y la participación de las comunidades en su propio desarrollo. Esta actuación libre y transformadora de la sociedad permite que los pobladores sean protagonistas de su cultura, al recuperar su identidad y crear espacios culturales. En el ámbito turístico, estas actividades artísticas son concebidas como representaciones de manifestaciones en donde abarca la comunicación de la experiencia humana, cabe destacar que esta última, permite establecer diferentes relaciones con la comunidad y a su vez logra que todos los involucrados puedan desarrollar su imaginación y creatividad (Monclús, 2014).

Por otro lado, la rápida expansión de la industria turística ha provocado que se produzcan transformaciones urbanas que estructuran el cambio de uso de los atractivos y la creación de actividades turísticas, como es el caso de los Barrios El Poblenou y Sants en Barcelona, España. Los cuales han logrado tener un crecimiento turístico al manejarse en dos ejes que son la planificación estratégica y la colaboración público-privada, lo que ha generado que se consiga una combinación de recursos turísticos diversos que incluyen como oferta turística, actividades dentro de los sectores culturales, de ocio y entretenimiento, viajes, entre otros (Dot Jutglà, 2019).

Dentro de este panorama, se tiene como resultado repercusiones económicas positivas para los barrios, además de aportaciones académicas, sociales y culturales; las mismas que han concebido un mayor compromiso social por parte de los pobladores y el desarrollo de estrategias que no dañen la vida cotidiana residencial. En este contexto surgen asociaciones como la Asamblea de Barrios por un Turismo Sostenible, la cual busca poner en valor los recursos turísticos de los diferentes barrios, localidades o municipios y

así conseguir descentralizar y descongestionar el centro de la ciudad española (Dot Jutglà, 2019).

De este modo, han surgido como estrategias la realización y ejecución de diferentes actividades turísticas como es el caso de los eventos temáticos, los cuales integran diferentes actividades lúdicas, productos locales, artesanías y aspectos culturales, con el fin de obtener mayor reconocimiento ante los turistas. Un ejemplo es el “Mercado del Camino” que se celebra en la localidad española de Santo Domingo de la Calzada en la comunidad de Rioja, iniciativa que cada año convoca a más de 100.000 turistas. Esta actividad ayuda al desarrollo económico, turístico y cultural de todo el país español, en donde la misma industria turística permite la conservación y protección de estos espacios históricos culturales (Grande, 2001).

Con respecto a Europa más del 50% de la actividad turística fue impulsada por los atractivos culturales. Es importante señalar que el turismo cultural representa el 40% del turismo internacional y de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo, la llegada de turistas internacionales ha tenido un crecimiento, pasando de 25 millones en el año de 1950 a 1.087 millones en el 2013 y teniendo una proyección de 1.800 millones en el 2030 (OMT, 2014, como se citó en SERNATUR, 2014).

Asimismo, dentro del escenario mundial del turismo, América ha presentado avances y desarrollos. Como es el caso de Brasil, donde se han creado espacios para que los turistas puedan disfrutar de diferentes escenarios o actividades. De este modo, se puede encontrar el barrio playero de Ponta Negra, el cual en los últimos años ha ganado proyección internacional y también ha logrado un proceso de urbanización turística, inaugurando espacios de comercio y servicios orientados a los turistas como restaurantes, posadas y otros espacios de diversión y entretenimiento que han formado una animación nocturna en el lugar (Sacramento, 2017).

De la misma forma, estas actividades turísticas crean oportunidades para los habitantes y también para los turistas, quienes tienen como necesidad o deseo, aprender nuevas costumbres y ser partícipes de experiencias de intercambio cultural. La relevancia

de la cultura dentro del sector turístico radica en la posibilidad de ofrecer a los turistas diferentes alternativas que capten su atención y logren un involucramiento activo con diferentes comunidades mediante actividades que están vinculadas a la identidad y cultura del destino. En este caso, se puede destacar el Programa Pueblos Mágicos de México que ofrece como puesta de valor turístico, conocer más de ochenta pequeñas localidades del país (SERNATUR, 2014).

Otro lugar que también ha sido promocionado turísticamente es su Centro Histórico, zona que a través de su rehabilitación ha logrado un incremento de espacios culturales como museos, el mantenimiento de monumentos, el remozamiento del espacio público al igual que las fachadas de las casas de su alrededor. Además de la introducción de medidas de seguridad. Todas estas acciones han logrado el aumento de turistas, gracias a la conservación y rescate de su cultura mexicana (Delgadillo, 2009).

Igualmente se puede tomar en consideración a Colombia y Argentina como países que aprovechan sus recursos turísticos para contribuir con el desarrollo de las industrias y las poblaciones. En Colombia la actividad turística es vista como un factor importante para el desarrollo social, a través de la utilización del patrimonio natural y cultural como recursos para la creación de productos turísticos que logran tener un posicionamiento turístico dentro y fuera del país, además de ayudar con la revalorización del patrimonio e identidad. De este modo surgen productos turísticos que van de la mano de entidades públicas y privadas, que ayudan con la dinamización de prácticas culturales de actores sociales (Bautista, 2016).

Los cuales permiten que se creen experiencias turísticas innovadoras y que a su vez se desarrollen diferentes motivaciones para que el turista visite ese lugar. Siendo su enfoque el reconocimiento comunitario o local, al motivar a los visitantes a que conozcan, comprendan y disfruten de un conjunto de elementos culturales distintivos que caracterizan a esa sociedad de un destino específico. Para lograr este involucramiento por parte del turista hacia la comunidad se debe considerar el proceso que conlleva la experiencia turística, iniciando desde políticas culturales, producto turístico, seguido de infraestructura y servicios y finalmente patrimonio cultural tangible e intangible (Bautista, 2016).

Este proceso logra una dinamización turística al hacer énfasis en los atractivos o patrimonio cultural, material e inmaterial de ese territorio, logrando así una consolidación por parte de los residentes al brindar una respuesta favorable de infraestructura y servicios ante la demanda turística, al satisfacer sus necesidades básicas y complementarias. De esta forma se facilita el bienestar del visitante y también su vinculación con la comunidad, al participar activamente en diferentes actividades turísticas de conservación, recuperación y protección que permitan apreciar la riqueza cultural de la comunidad e involucrarse en su promoción o divulgación, logrando también afianzar los valores culturales, la memoria histórica y la identidad (Bautista, 2016).

En cambio, en Argentina el aprovechamiento de su patrimonio cultural o recursos turísticos van estrechamente con la contribución a un desarrollo a partir de diferentes propuestas que configuran y consolidan nuevas ofertas de actividades y servicios orientadas a los turistas sean estos nacionales o extranjeros, a que visiten estos atractivos. En particular sobresale la ciudad de Bahía Blanca, ubicada en el sudoeste de este país, este espacio urbano sobresale por su diversidad cultural e histórica. Siendo el Centro Histórico el núcleo principal que guarda diferentes representaciones arquitectónicas, las cuales representan una fortaleza para el desarrollo del turismo cultural y también para la revitalización y mantenimiento del lugar (Pinassi y Ercolani, 2012).

En este sentido, se otorga una valoración especial a los hitos históricos dentro del Centro Histórico, el cual está rodeado de un conjunto patrimonial y a su vez de obras modernas. Este sitio se caracteriza por contar con un número importante de edificios que han sido declarados patrimoniales en escala municipal, provincial y nacional y también por conformar unos de los principales espacios verdes públicos de la ciudad. Por consiguiente, al contar esta ciudad con recursos culturales se han creado propuestas que se centran en el desarrollo de nuevos productos turísticos de carácter cultural que satisfagan las necesidades de entretenimiento, esparcimiento, aprendizaje y diversión, y además que contribuya con la conservación y desarrollo económico del sitio (Pinassi y Ercolani, 2012).

Por otra parte, en diversas ciudades de Europa, Asia y América las actividades turísticas son espectáculos que se desarrollan en la noche en plazas, museos, cuevas, castillos o zonas arqueológicas. La iluminación nocturna de estos espacios ha generado una nueva forma de atraer visitantes y también de promocionar ese lugar.

Un festival popular que se ajusta a estas características y se desarrolla en el horario nocturno, es el Festival de la Luz de San José en Costa Rica, que ofrece actividades que incluye desfiles, mascaradas, música en vivo y fuegos artificiales. A estos eventos nocturnos se los define como economía de experiencia íntima, este término busca definir la relación que tienen los lugares con las personas que participan en estos eventos y la creación de las experiencias o vivencias auténticas (Velázquez y Balslev, 2020).

A nivel nacional los estudios y la información son muy pocas sobre la realización de actividades de animación turística cultural nocturna en espacios abiertos, por lo que todavía no se ha visto un desenvolvimiento en la economía nocturna a comparación de otros países. Las manifestaciones culturales por lo general se dan a conocer en el mes de agosto conocido como el mes de la cultura y las artes como la Fiesta de las luces o la velada Libertaria en el centro histórico de Quito.

Como su primera edición en un evento programado por Hábitat III, con varios eventos artísticos como: diseños teatrales, musicales, lumínicos y vivir experiencias sobre eventos icónicos de los procesos del Primer Grito de Independencia en las calles, bulevares y plazas se presentan personajes cotidianos, artistas, títeres y músicos relacionados con la historia, la belleza, la cultura y el arte de la ciudad (Beltrán, 2015).

El municipio de Quito contiene un portal con información detallada acerca de los eventos de cine, exposiciones, música, teatro de los cuales aportan con sus programas el Teatro Nacional sucre, el Parque Urbano Cumandá, Parque Itchimbía, el Centro Cultural Metropolitano estos son ejemplos de organismos cuyo objetivo es fomentar y difundir las artes escénicas, recreativas donde se desarrollan actividades turísticas y comunitarias con el fin de promocionar el turismo (Quito Cultura, 2017).

Una opción de actividades nocturnas es visitar el Centro Histórico de la ciudad de Quito a bordo del exclusivo bus turístico de dos pisos que ofrece recorridos por la ciudad. Durante esta jornada las fachadas de iglesias, edificios y plazas iluminadas otorgan una belleza inigualable a este lugar. Quito At Night, es un ejemplo de recorridos por el centro histórico iluminado, que cuenta con una parada en la tradicional calle La Ronda, sitio lleno de establecimientos de A & B y lugares que fue cuna de pintores, poetas, escritores y bohemios (Quito Tour Bus, 2021).

De igual forma, Quito Eterno es una asociación de carácter privado con fines culturales y educativos que mediante varias herramientas escénicas e investigativas plantea programas que ayuden a recapacitar sobre el patrimonio de la ciudad, llevando a los turistas a experimentar el arte y la cultura a través de recorridos teatralizados, eventos culturales talleres de capacitación y preservación cultural realizando programas, producción de eventos, espectáculos teatrales entre actividades como las rutas de leyendas en sitios representativos del patrimonio del Centro Histórico de Quito, eventos culturales con personajes de la historia de Quito, talleres de capacitaciones barriales sobre patrimonio cultural, identidad y memoria (Quito Eterno, 2017).

### **Análisis Comparativo**

A través de la revisión bibliográfica se ha logrado identificar distintos factores de éxito que cumple una localidad o país, con el fin de aprovechar sus recursos naturales y culturales y así crear ofertas turísticas que ayudan al desarrollo local. Existe una gran relevancia en la importancia de conocer estos factores, los cuales ayudan a que se desarrollen diferentes actividades y se aplique la animación turística en los destinos.

De este modo se califica en una escala de Likert, tomando en cuenta los factores más relevantes. Asimismo, se toma en consideración los países tratados en el marco referencial, mismos que presentan casos de éxito en relación a la animación turística y/o desarrollo local, ejes principales de esta investigación.

La escala utilizada para determinar el cumplimiento de los países en los factores es:

1= No cumple en su totalidad

2= No cumple parcialmente

3= Indiferente

4= Cumple parcialmente

5= Cumple en su totalidad

**Tabla 1**

*Análisis comparativo del cumplimiento de factores de éxito de España, Brasil, México, Argentina, Colombia y Ecuador*

<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>ESPAÑA</b> 	<b>BRASIL</b> 	<b>MÉXICO</b> 	<b>ARGENTINA</b> 	<b>COLOMBIA</b> 	<b>ECUADOR</b> 
Planificación Estratégica.	5	5	5	4	4	3
Participación Público-Privada.	5	4	4	4	4	3
Nuevas ofertas de actividades y servicios turísticos (eventos temáticos).	5	5	5	4	3	3
Urbanización turística.	4	4	5	4	5	3
Estrategias de proyección y promoción turística internacional.	5	4	5	4	4	3
Rehabilitación de espacios culturales como Centros Históricos, museos, etc.	5	3	4	4	3	5
Uso de los recursos turísticos (naturales y culturales)	5	5	5	4	4	5
Uso de la animación participativa y contemplativa.	4	3	4	4	2	2
Creación de estrategias que conlleven a la promoción y difusión de proyectos de intervención sociocultural, además de sus espacios.	4	4	4	4	3	3
Implementación de equipos y actividades lúdicas culturales y físico recreativas.	5	3	5	3	2	3
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	<b>33</b>

*Nota.* Esta tabla indica las diferentes puntuaciones de acuerdo al cumplimiento de los factores de éxito, necesarios para garantizar un

desarrollo óptimo de la actividad de animación turística. Elaboración propia a partir de la documentación bibliográfica del Marco Referencial.

En conclusión, los tres países que mayor puntuación tienen son España con 47 puntos, Brasil y México con 46 puntos respectivamente, seguido de Argentina con 39 puntos, Colombia con 34 y finalmente Ecuador con 33.

España, Brasil y México son los países que más se han destacado según los factores de éxito, debido a su gran planificación estratégica en el ámbito turístico por lo que presentan varias ofertas en relación a diferentes actividades de animación turística, lo que conlleva que aprovechen los recursos naturales y culturales que poseen, generando promociones y actividades que motiven a los turistas a conocer estos destinos turísticos, contribuyendo así al desarrollo local, económico, social y también a la difusión de la riqueza cultural.

Por el contrario, Ecuador presenta un desfase en relación al turismo cultural y la animación turística, al no cumplir en su totalidad con los factores de éxito que son primordiales para el desarrollo de un destino turístico. A pesar de que cumple en su totalidad con la rehabilitación de espacios culturales y un buen manejo de los recursos turísticos, carece de los demás aspectos que son importantes y necesarios para crear estrategias que impulse a que el país sea considerado como un destino que destaque en animación sociocultural.

## **Marco Conceptual**

### **Actividades Culturales**

Son todas las representaciones de tradiciones y costumbres con el sentido de participación de un gran número de personas para reforzar el mensaje de contribuir a la producción de bienes y servicios culturales, añadiendo la identidad patrimonial material e inmaterial de una comunidad (UNESCO, 2005).

**Animación Nocturna**

Programas realizados en la noche por animadores capacitados, quienes planifican actividades para satisfacer los intereses y necesidades de información, socialización y comunicación de los participantes, dentro de las áreas físicas, psicológicas y manuales (Abreu, 2018).

**Animación Turística**

Acción realizada sobre un grupo, con el propósito de desenvolver la comunicación y garantizar la vida social. La animación turística aparece con el fin de satisfacer las carencias de las personas en tener un tiempo libre, en el cual puedan realizar actividades que incrementen su satisfacción durante las vacaciones (OMT, 1985, como se citó en López, 2016).

**Barrio**

Unidad morfológica y estructural, el cual presenta una caracterización paisajística urbana, funcional y contenido social, los mismos que permiten que pueda diferenciarse dentro de su entorno y en donde un cambio de estos elementos es suficiente para fijar límites dentro de la estructura de la ciudad (Rossi, 1971, como se citó en Londoño, 2001).

**Centro Histórico**

Se lo considera como el asentamiento más antiguo de una ciudad, en el cual se puede encontrar las primeras construcciones de su fundación, espacios donde se ubican los principales mercados, instituciones públicas y viviendas de las familias fundadoras. Además, estos espacios representan alguna época de la historia (Ramos y Terrazas, 2021).

**Cultura**

Conjunto de rasgos distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad y que abarca las artes, modos de vida, maneras de vivir, los valores, las tradiciones y las creencias. La cultura considera todas las expresiones mediante las cuales una sociedad moldea y reflexiona su convivencia (UNESCO, 2005).

**Desarrollo Local**

Es considerado un proceso que se ejecuta en un espacio, con el fin de dar respuestas a las carencias de la población, este desarrollo presenta un conjunto de normativas entregadas por el gobierno en sus diferentes niveles, el cual abarca temas económicos, sociales y administrativos (Alburquerque, 2004).

**Desarrollo Turístico**

Se la define como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades de los turistas, además de incluir efectos asociados tales como la creación de empleos y la generación de ingresos (Pearce, 1991, como se citó en Varisco, 2008).

**Manifestaciones Culturales**

Son todas las expresiones y sentimientos que dan a conocer la identidad cultural, social y los valores de una comunidad, las cuales son transmitidas de una generación a otra. Está conformada por elementos tangibles e intangibles que refuerzan el sentido de la identidad (Gentile, 2019).

**Oferta Turística Cultural**

Producto turístico cultural que se conforma por atractivos patrimoniales e históricos que se promocionan a través de las redes de venta, comunicación y promoción turística, para satisfacer al cliente que busca nuevas tipologías de turismo, mismo que encuentra la conservación del patrimonio como atractivo turístico (SERNATUR, 2014).

**Patrimonio Cultural**

Se entiende como patrimonio cultural al conjunto de bienes tangibles e intangibles, tanto naturales como culturales que forman parte de la identidad de una población o comunidad, quienes son los encargados de la difusión cultural para preservar su historia y patrimonio (DeCarli, 2006, como se citó en ESATUR, 2018).

### **Programas de Animación**

Es la planificación de un conjunto de actividades que se ejecutan para ocupar el tiempo libre del turista, brindándole la oportunidad de satisfacer sus necesidades de distracción y esparcimiento en un momento específico. El objetivo de estas actividades es orientar y motivar al turista para su participación (Alvarez, 2018).

### **Turismo Cultural**

Forma de turismo motivada para entender, experimentar, y percatar distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos y patrimoniales, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y reflejan la identidad de un destino (CNCA, 2011, como se citó en SERNATUR, 2014).

### **Marco Legal**

En la presente investigación se enmarcan leyes que se desarrollan en el ámbito de Turismo Cultural, como es el caso de la Constitución, Ley Orgánica de Cultura y la Ley de Patrimonio Cultural. También se toma en consideración ordenanzas que tienen relación con el Centro Histórico de Quito, como es el caso de las Ordenanzas Metropolitanas 143 y 260.

### **Constitución de la República del Ecuador**

En la Carta Magna, en el Título II Derechos, Capítulo segundo Derechos del buen vivir, en la Sección Cuarta que trata sobre Cultura y Ciencia, menciona en el artículo 22, la libertad que tienen todas las personas a desarrollar actividades culturales y artísticas, con el fin de proteger sus derechos morales y patrimoniales, correspondiente a las diferentes producciones literarias, artísticas o científicas.

De igual forma, en el artículo 23, indica que las personas tienen derecho a difundir sus propias expresiones culturales en espacios públicos, al participar en un ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y también en la promoción de la igualdad.

Por último, dentro de esta sección en el artículo 24, se establece que todos los individuos tienen como derecho realizar actividades de recreación y esparcimiento, además de practicar actividades deportivas o disfrutar del tiempo libre (Constitución de la República del Ecuador, 20 de octubre de 2008).

Por otro lado, en Título VII Régimen del Buen Vivir, Capítulo primero Inclusión y equidad, en la Sección Quinta sobre Cultura, se toma en consideración los artículos que están relacionados directamente con el tema de cultura y patrimonio, siendo de relevancia los artículos 377 y 379.

El artículo 377, señala que el sistema nacional de cultura es el encargado de fortalecer la identidad, proteger y promover la diversidad cultural, además de incentivar la creación artística, difusión, distribución y disfrute de los bienes y servicios culturales, salvaguardando la memoria social y a su vez el patrimonio cultural.

En cambio, en el artículo 379, se enumeran los elementos que forman parte del patrimonio cultural tangible e intangible, los cuales son:

1. Manifestaciones y creaciones culturales que son de carácter festivo, ritual y productivo, también las formas de expresión, tradición oral y lenguas.
2. Espacios y conjuntos urbanos, edificaciones, sitios naturales y paisajes que forman parte de la identidad de un pueblo, al guardar valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Documentos, colecciones, y objetos, además de las bibliotecas y museos que presentan un tipo de valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Creaciones artísticas, científicas y también tecnológicas (Constitución de la República del Ecuador, 20 de octubre de 2008).

## **Ley Orgánica de Cultura**

En la parte legal de la investigación se toma en consideración también la Ley Orgánica de Cultura (2016), en donde se destacan los artículos que tienen relación con el tema de investigación.

Como es el caso del artículo 5, sobre los derechos culturales, en donde se indica la libertad de creaciones artísticas y manifestaciones culturales que tienen las personas, comunidades, pueblos, nacionalidades, colectivos y organizaciones artísticas y culturales. Además, en los literales g y h de este artículo, tratan sobre el derecho de formación artística, cultural y patrimonial que tienen las personas y el derecho a participar, acceder y disfrutar de servicios y bienes culturales en el espacio público.

Asimismo, dentro de esta ley se puede encontrar artículos que tratan de políticas culturales como es el Art. 8, el cual señala que las entidades, organismos e instituciones que son del Sistema Nacional de Cultura, son los encargados de ejecutar políticas que promuevan la creación de actividades artísticas culturales, expresiones de la cultura popular y el fortalecimiento de las mismas, como también su reconocimiento, mantenimiento, conservación y difusión del patrimonio cultural y la memoria social.

Con lo que respecta a la educación y formación en artes, cultura y patrimonio, explica en el artículo 16, que el Régimen Integral de Educación y Formación en Artes, Cultura y Patrimonio, tiene dentro de sus objetivos que se desarrolle la identidad cultural, así como la creatividad y el pensamiento crítico, mediante la enseñanza y prácticas artísticas y culturales, propiciando el fortalecimiento de las destrezas y expresiones artísticas, formando así públicos críticos.

Mientras que en el Art. 33, se considera a los museos como instituciones que están al servicio de la ciudadanía, para que estos adquieran, conserven, estudien y difundan los bienes culturales y patrimoniales de forma recreativa.

## **Ley de Patrimonio Cultural**

Dentro de la ley de Patrimonio Cultural, existen algunas leyes que contemplan la importancia de preservar el patrimonio cultural, no solamente lo que corresponde a los

bienes tangibles e intangibles sino también a las actividades que forman gran parte de la cultura ecuatoriana.

En la ley de Patrimonio Cultural, estado vigente, dentro de sus artículos en relación a la cultura, indica en el artículo 7 que los bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado son los templos, conventos, capillas y otras edificaciones que fueron construidas durante la Colonia; además de las pinturas, esculturas, objetos de orfebrería y cerámica.

De igual forma, en el artículo 33, se establece que el Instituto de Patrimonio Cultural por medio de autoridades establecerá medidas que resguarde y conserve las expresiones folklóricas, musicales, coreográficas, además de las religiosas y literarias que son parte de grupos étnicos, esto se lo realizará mediante fotografía, cinematografía, grabación sonora o por otros medios (Ley de Patrimonio Cultural, 2004).

### **Ordenanza Metropolitana 143 Régimen del Suelo**

Según el Concejo Metropolitano de Quito (2005), toma en consideración que el Centro Histórico de Quito es un espacio único por su emplazamiento, arquitectura, historia y trama urbana por lo que fue declarado por la UNESCO como primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, lo que hace indispensable incrementar medidas para su protección y conservación integral a base de las diferentes normativas nacionales e internacionales vigentes en las leyes y ordenanzas, ratificados por el Gobierno Nacional.

Dentro de la Ordenanza Reformatoria 143, en donde se especifica las regulaciones del uso y la protección de los espacios públicos del Centro Histórico de Quito, menciona que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a través de la Administración de la Zona Centro tiene entre sus competencias ejecutar acciones destinadas a proteger el espacio público en el área patrimonial del Centro Histórico de Quito (Ordenanza Metropolitana 143, 2005).

### **Ordenanza Metropolitana 260**

En la Ordenanza Metropolitana 260 se enmarcan diferentes artículos relacionados con la cultura y su difusión, indicando en el artículo 2 que las diferentes áreas y bienes considerados patrimonio del Distrito Metropolitano de Quito se clasifican en:

- c) Patrimonio arquitectónico y urbanístico, el cual está constituido por áreas y edificaciones históricas;
- d) Patrimonio de bienes muebles, artísticos, artesanales, utilitarios e instrumentales;
- e) Patrimonio intangible, formado por expresiones socioculturales.

Las áreas patrimoniales se estructuran como un sistema a partir del reconocimiento y valoración patrimonial que tiene en su territorio dentro del Distrito Metropolitano de Quito, como se lo señala en el artículo 14, donde además se define a las áreas patrimoniales consolidadas como los sectores de la ciudad o de las cabeceras parroquiales que tienen una estructuración definida mediante procesos de significación histórica y cultural que les otorga el carácter de patrimonial, como es el caso del Centro Histórico de Quito. También se establece que los hitos son elementos arquitectónicos, urbanos o naturales que están sujetos a protección, como son los monumentos, casas inventariadas o de hacienda, plazas, rincones urbanos, entre otros.

En cambio, en el artículo 15 se clasifica al patrimonio urbanístico y arquitectónico en áreas, siendo el área de interés para esta investigación el Área 1, que corresponde al Centro Histórico de Quito, considerado como núcleo histórico y zona circundante de protección ambiental y amortiguamiento (Ordenanza Metropolitana 260, 2008).

## Capítulo II

### Marco Metodológico

#### Enfoque de la investigación

La presente investigación emplea un enfoque de investigación mixta, la misma que se identifica como un proceso de recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio (Barrantes, 2014, como se citó en Salas, 2019).

De este modo, este proceso permite el estudio de las distintas formas de turismo cultural y su vez obtener información sobre las manifestaciones culturales en relación a la animación turística del sector. Asimismo, se podrá identificar y detallar los datos relevantes de los establecimientos turísticos culturales del barrio San Marcos con la finalidad de establecer los tipos de actividades culturales nocturnas que se llevan a cabo, para así llegar a una evaluación de su impacto en el desarrollo turístico de la zona.

#### Tipos de investigación

##### ***Por su finalidad: Aplicada***

La investigación aplicada es aquella donde los descubrimientos y avances de una investigación básica son fundamentales, porque a través de estos obtiene información que permite resolver un problema, enfocándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento para su aplicación y enriquecimiento sea este del desarrollo cultural o científico (UNAH Seminario, 2015).

Se usa el tipo de investigación aplicada en base a las teorías que se encuentran dentro de la investigación, se considera analizar y aplicar la teoría de desarrollo local lo cual identifica el uso de los recursos locales que genera el desarrollo sostenible ante un crecimiento económico y mejorar la calidad de vida de la población o la comunidad.

Dentro de la teoría de animación turística se enfoca en la motivación de diferentes actividades que atiendan a las necesidades de los turistas en diferentes ámbitos de participación positiva y creativa del tiempo libre que genere espacios de identidad y diversidad cultural con la comunidad.

***Por su alcance: Descriptiva***

La investigación descriptiva es aquella que describe las diferentes características de la investigación, teniendo como propósito obtener información clara. Dentro de los resultados que se recolecta, estos no tienen una valoración cualitativa, por lo que su interpretación es utilizada para entender el problema (Canaves, 2021).

Este tipo de investigación descriptiva analiza las características de una población, se realiza un informe detallado sobre el fenómeno de estudio y busca tener una información clara sobre el objeto estudiado. Esta investigación ayuda a recopilar datos e información importante acerca de la animación turística y cultural dentro del barrio San Marcos donde se establecen actividades que pueden ser realizadas por los visitantes.

***Por las fuentes de información: Cuantitativas y Cualitativas***

La investigación cuantitativa consiste en recolectar, estimar y medir datos utilizando un lenguaje matemático. La investigación cualitativa son interpretaciones que ayudan a comprender elementos para hallar hipótesis y sacar conclusiones dentro de la información (Editorial Etecé, 2021).

Dentro de la investigación se usa el método de investigación cualitativo que tiene como objetivo identificar los conocimientos basados en los individuos que se relacionan en el campo social. También se utiliza la investigación cuantitativa tomando en cuenta que se usa un método estadístico y matemático para elaborar con precisión datos numéricos que solventen la población de estudio en la elaboración de informes (Tesis y Másters, 2021).

**Procedimiento para recolección de datos**

La información recopilada es de gran importancia para esta investigación, desde la base de datos como herramienta para el método histórico lógico, la aplicación de encuestas y entrevistas que permitan elaborar y analizar un buen diagnóstico de la investigación dentro del barrio San Marcos en el Centro Histórico de Quito.

***Método analítico – sintético***

Este método se refiere a la generalización de características, cualidades y partes que analizan el comportamiento de procedimientos lógicos y sintetiza la relación de los elementos que comprende la realidad de estudio (Sánchez, 2019).

Dentro de la investigación se enfoca en el marco teórico, que se emplea para fundamentar la investigación en base autores y libros que puedan dar valor a los resultados de estudio; dentro del diseño metodológico es fundamental la elección de los métodos más adecuados para obtener información que beneficie en el diagnóstico y en la aplicación de las encuestas y entrevistas, de tal manera que sean evaluadas para generar una propuesta conforme a los objetivos de la investigación.

***Método histórico – lógico***

Este método se refiere a la trayectoria que pasa a través de varios sucesos en diferentes ámbitos y períodos sea políticos, económicos y sociales hace referencia a lo histórico. La interpretación de los datos que proporciona el tiempo para describir y descubrir la esencia de los hechos para elaborar conclusiones se considera lo lógico (Sánchez, 2019).

En la investigación se emplea dentro del marco teórico debido a que se recopila información basándose en hechos que se desarrollaron durante años desde su historia de formación con su cultura, arte de antaño y la conservación del patrimonio único que es considerado como uno de los barrios de museos y espacios legendarios dentro del centro histórico de Quito, así también se relaciona lo lógico con las teorías del turismo tanto en desarrollo local como en animación turística, acoplando las diferentes actividades que realizan los turistas para satisfacer las necesidades y que genera gran aprendizaje en el tiempo libre.

***Método inductivo – deductivo***

Lo inductivo consiste en pasar del conocimiento particular a uno en general es decir que busca rasgos comunes de un grupo definido y de esos aspectos sacar conclusiones. Lo deductivo determina soluciones o características precisas de las definiciones universales

para obtener conclusiones relacionadas a los principios que se aplican en el estudio (Sánchez, 2019).

En la investigación se aplica en el diseño de la investigación porque en este capítulo se observa, estudia, analiza y se conoce las características a la realidad del objeto de estudio, leyes o teorías donde se utiliza este método en el capítulo para el análisis de datos y por último elaborar conclusiones para la propuesta de la investigación.

## **Determinación de la población y muestra**

### ***Población***

La investigación se desarrolla dentro del barrio San Marcos en el Centro Histórico de Quito, por lo que se considera como población de estudio a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Centro Histórico.

De este modo, para el presente estudio los datos estadísticos de los turistas se han obtenido del Instituto Público Quito Turismo (2021), el cual indica que la cantidad de turistas que llegan a visitar específicamente el Centro Histórico de Quito en el año 2021 es de 188.267, como se lo indica en la siguiente tabla.

**Tabla 2**

### *Llegadas de Turistas*

<b>Llegadas de Turistas</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>Centro Histórico de Quito</b>	<b>466.947</b>	<b>461.484</b>	<b>128.398</b>	<b>188.267</b>
	<b>6,1%</b>	<b>-1,2%</b>	<b>-72,2%</b>	<b>46,6%</b>
La Mariscal	80.398	79.458	22.107	19.670
	6,1%	-1,2%	-72,2%	-11,0%
Mitad del Mundo	595.543	588.575	163.759	224.797
	5,9%	-1,2%	-72,2%	37,3%
Parroquias Rurales	55.399	54.751	15.233	56.199
	6,1%	-1,2%	-72,2%	268,9%
La Ronda	63.825	63.078	17.550	19.670
	10,3%	-1,2%	-72,2%	12,1%
Galápagos	27.700	27.376	7.617	11.240
	-100,0%	-1,2%	-72,2%	47,6%

*Nota.* Esta tabla indica el número de turistas que llegaron al Ecuador a visitar diferentes destinos, desde el 2018 hasta el 2021, por Quito Turismo, 2021.

## Muestra

Para el cálculo de la muestra de los turistas se toma los datos de Instituto Público Quito Turismo (2021), los cuales nos indican la cantidad anual de llegadas de visitantes al Centro Histórico de Quito en el año 2021, dando un total de 188.267 turistas, lo cual se ha considerado como la población, con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% (1.96).

Por consiguiente, para conocer el número de encuestas que se deberán realizar, se procede a utilizar la siguiente fórmula:

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

En el cual:

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Población, número de turistas = **188.267 turistas**

**Z** = Nivel de confianza 95% = **1,96**

**p** = Probabilidad de éxito 50% = **0,5**

**q** = Probabilidad de fracaso 50% = **0,5**

**e** = Margen de error 5% = **0,05**

$$n = \frac{188.267 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (188.267 - 1) + ((1,96)^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{188.267 * (3,8416)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,0025) * (188.266) + (3,8416 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{188.811,6268}{471,6254}$$

$$n = 383,37$$

$$n = \mathbf{383}$$

Se realizarán un total de 383 encuestas dirigidas a los turistas.

## **Tratamiento y análisis de la información**

Para el tratamiento de la información recolectada se procede con un análisis a través de la estadística descriptiva, rama de la estadística que ayuda a recolectar y analizar un conjunto de datos con el fin de organizarlos y obtener diferente información simplificada en tablas o gráficos, la cual es necesaria para la investigación (Requena, 2020).

Asimismo, se hace uso de programas como Excel y SPSS, los mismos que facilitan la tabulación de los datos recolectados y la generación de gráficos estadísticos para su correspondiente análisis.

## **Instrumentos**

En esta investigación se utilizarán varios instrumentos que ayudarán a indagar y obtener más información y conocimiento acerca del tema, para ello se requiere manejar una investigación de campo basados en encuestas, dirigidas a los turistas, así como también entrevistas para los prestadores de servicios turísticos, el presidente del barrio de San Marcos y expertos sobre animación turística y turismo en el Centro Histórico de Quito. De igual forma se va a utilizar la recolección bibliográfica como soporte documental para este estudio.

### ***Recolección Bibliográfica***

Es un procedimiento estructurado cuyo objetivo es la localización y recuperación de información relevante, la cual permite obtener respuestas para las diferentes interrogantes dentro de la investigación (Codina, 2020).

Se recopila información en relación al tema de investigación proporcionada por artículos, libros, revistas, entre otros. Del mismo modo se realizan revisiones de proyectos que permitan obtener información turística y cultural del barrio San Marcos.

### ***Encuesta***

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos, utilizado para obtener información sistemática de personas sobre diversos temas (QuestionPro, 2021).

Para adquirir estas distintas opiniones sobre el tema tratado en este estudio, se va a realizar una encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Centro Histórico de Quito, con el fin de recoger información precisa y conocer su opinión e intereses sobre las actividades de animación turística cultural nocturna en el barrio San Marcos.

De este modo el formato de este instrumento se le realizó por secciones, siendo la primera sección la introducción a la encuesta en donde se daba un cordial saludo y se indica el tema y objetivos de la investigación, además de las instrucciones para su realización. Continuando con la segunda sección, en esta se detalla las preguntas del cuestionario y, por último, en la tercera sección se les agradece a los encuestados por su colaboración.

### ***Entrevista***

A la entrevista se la define como una técnica en donde el investigador obtiene información de una forma personalizada, al ser una comunicación oral. En esta conversación se va a topar acontecimientos que la persona ha vivido y también opiniones o conocimientos en relación al tema tratado (García et al., 2021).

Para la obtención de información directa y precisa de diversos datos se realizarán entrevistas a expertos en animación y/o actividades turísticas en el Centro Histórico de Quito y en el barrio San Marcos, con el propósito de obtener información sobre la situación actual del turismo cultural y su impacto en el desarrollo turístico.

## Capítulo III

### Resultados

#### Diagnóstico Situacional

##### *Macro ambiente – Centro Histórico de Quito*

**Factor geográfico.** El Centro Histórico de Quito es un sector de la ciudad ubicada al centro sur de la misma, fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1978 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y Cultura, y es considerado dentro de América Latina un importante conjunto histórico, debido a que cuenta con alrededor de 5.000 inmuebles y 130 edificaciones monumentales, además de un aire colonial (MIDUVI, 2016).

El Centro de Quito abarca 376 hectáreas de espacio urbano, en donde 230 hectáreas son de protección natural siendo El Panecillo, las estribaciones del Pichincha, El Placer, El Itchimbia, y el Río Machángara. Asimismo, se encuentra en núcleo central y la periferia, dentro de la primera zona que corresponde al núcleo central también siendo zona turística comprende el barrio González Suárez con 56 hectáreas, mientras que la Periferia está conformado por 14 barrios en 320 hectáreas, los barrios son: San Roque, La Loma, La Merced, La Recoleta, Sena, La Victoria, El Panecillo, La Tola, San Diego, San Blas, San Marcos, San Sebastián y La Alameda (MIDUVI, 2016).

Por otro lado, dentro de todo el territorio del Centro Histórico de Quito el 18,89% corresponde al área patrimonial, el 29,79% es el espacio público, mientras que el 51,32% restante del territorio son propiedades privadas (Del Pino, 2010, como se citó en MIDUVI, 2016).

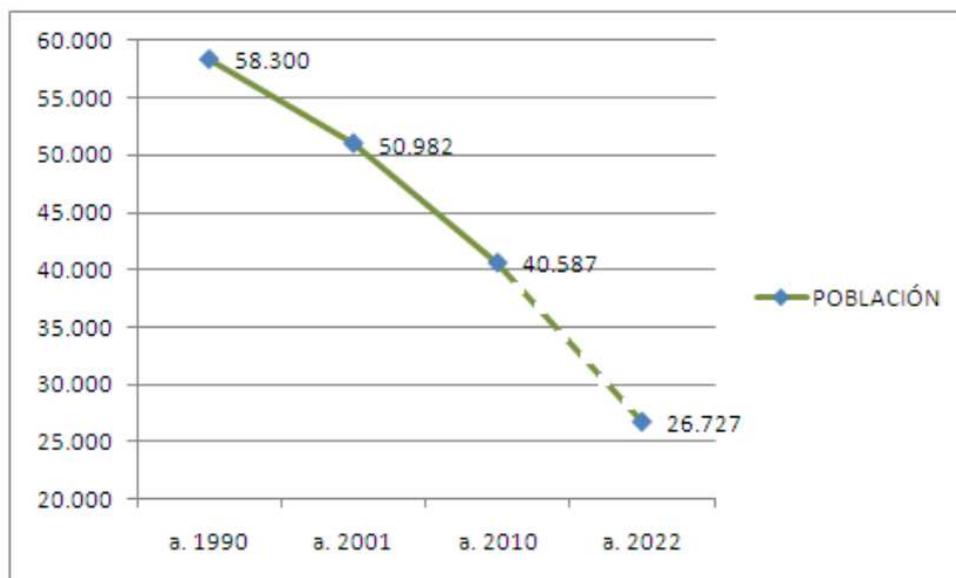
##### **Factor demográfico.**

El Centro Histórico de Quito cuenta con una población aproximada de 40.587 habitantes según el Censo del 2010, en donde el 50,6% son de género femenino y el 49,4% son de género masculino. En el 2022 se estima que estos datos poblacionales tengan un descenso y que solo haya alrededor de 26.727 residentes, esto debido a que se ha

desplegado el uso de las edificaciones residenciales por uso a actividades comerciales, lo que han generado el despoblamiento en algunos barrios (Agencia Pública de Noticias de Quito, 2012, como se citó en MIDUVI, 2016).

### Figura 8

*Registro histórico de la población en el Centro Histórico de Quito*



*Nota.* En este gráfico se puede observar las cifras demográficas del Centro Histórico de Quito, desde 1990 con una proyección al 2022, en donde se ve una tendencia poblacional negativa. Tomado de Composición de Revitalización del Centro Histórico de Quito, por el Ministerio de Desarrollo Urbano y de Vivienda (MIDUVI), 2016.

Por otro lado, la población del CHQ con respecto a los grupos de edad, indica que el mayor porcentaje con el 30,1% corresponde a personas que están entre los 19 a 35 años lo que representa a 12.222 residentes, mientras que el menor porcentaje con el 7,6% siendo 3.101 habitantes, comprende a las personas que son mayores a 65 años (MIDUVI, 2016).

**Tabla 3***Población Centro Histórico de Quito por grupos de edades*

<b>Edad</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Menores a 5 años	1.782	1.682	3.464	8,53%
5 a 11 años	2.655	2.549	5.204	12,82%
12 a 18 años	2.644	2.610	5.254	12,95%
19 a 35 años	6.156	6.066	12.222	30,11%
36 a 64 años	5.471	5.871	11.342	27,95%
Mayores a 65 años	1.343	1.758	3.101	7,64%
<b>Total</b>	<b>20.051</b>	<b>20.536</b>	<b>40.587</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se puede visualizar la conformación de la población del Centro Histórico de Quito por grupos de edades, en donde se establece el total de hombres y mujeres que conforman cada uno de ellos. Adaptada de la Composición de Revitalización del Centro Histórico de Quito (p.16), por el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI), 2016.

### **Factor económico.**

**Turismo.** El Centro Histórico de Quito cuenta con espacios patrimoniales y de riqueza arquitectónica que abarca alrededor de 70,43 hectáreas, lo que le convierte en una zona turística que atrae a turistas nacionales y extranjeros. De este modo, el 67% de turistas extranjeros que visitan el país han indicado que han realizado turismo en el Centro Histórico (Quito Turismo, 2021).

Igualmente, la industria turística está en constante innovación de sus servicios para así generar una recuperación económica tras la pandemia, por eso entre marzo del 2020 y agosto del 2021 dentro del Centro Histórico de Quito se abrieron 66 establecimientos que satisfacen las necesidades de los visitantes, siendo el 92% de estos lugares que ofrecen el servicio de alimentación y bebidas (Quito Turismo, 2021).

Además, según Quito Turismo (2021), los turistas buscan nuevas propuestas o lugares emblemáticos que contribuyan a satisfacer sus necesidades de ocio o recreación, dentro de estos lugares destacan:

- Museo de la Cerveza en el Convento de San Francisco de Quito, los turistas después de su recorrido por las Torres del Campanario podrán conocer y degustar de una cerveza artesanal.
- Ruta de las Iglesias: los turistas podrán visitar la Basílica del Voto Nacional, Iglesia Santa Bárbara, además de la Merced, San Agustín, Catedral Metropolitana de Quito, El Sagrario, Compañía de Jesús, San Francisco, Santa Clara y la de Santo Domingo.
- Rutas teatralizadas con personajes históricos como Simón Bolívar, Manuela Sáenz, Cantuña, entre otros.

### ***Micro ambiente – Barrio San Marcos***

**Historia.** Uno de los barrios más antiguos del siglo XVI dentro del centro histórico de Quito es el barrio San Marcos ubicado en la calle Junín más conocida como la calle San Marcos y que a la vez también es utilizado para el nombre de su parroquia. Es uno de los sectores más antiguos y fue un lugar destinado para la población indígena. Una de las principales construcciones fue su iglesia parroquial lo cual religiosos y españoles se apropiaron de su población con mestizos comerciantes, mitayos constructores aguateros, arrieros, artesanos, lo que forma parte de la nueva sociedad colonial. El barrio San Marcos fue fundado en 1580, comienza desde el convento Santa Catalina hasta la calle Junín, este barrio combina la historia colonial, con arquitectura republicana neoclásica, sus casas coloniales de colores vivos y pasteles con balcones adornados de geranios y banderas acompañados de su arte, su cultura y gastronomía típica (Guías Ecuador, 2016).

### Información General.

**Tabla 4**

*Información General barrio San Marcos*

<b>BARRIO SAN MARCOS</b>	
<b>Ubicación</b>	Centro Histórico de Quito, Calle Junín y aledaños, Quito, Ecuador, 170130.
<b>Vías de acceso</b>	Sector de La Marín, calle Sucre, Av. Inclana, calle Flores.
<b>Restaurantes</b>	Friends Rooftop, Artífice Cafetería, Taita Cana, La Trueca, La Purísima, Bocanada, Sirka, Picantería Laurita, Flavor Hunter, La 5ta Paila del Diablo.
<b>Establecimientos Hoteleros</b>	Friends Hotel & Rooftop, ILLA Experience Hotel & SPA, Casa San Marcos, San Marcos La Casa de las Culturas, Hotel San Marcos, Loma Chica, Hostal El Sol de Julián.

*Nota.* Esta tabla indica información sobre el barrio San Marcos, como son sus establecimientos de restauración y hoteleros.

### **Atractivos Culturales del Barrio San Marcos.**

Así mismo el barrio cuenta con diferentes lugares, ya sea de comercio, descanso o recreación, los cuales han permitido que los habitantes puedan ejercer diferentes negocios con el objetivo de acoger a turistas y a su vez de generar ingresos económicos, dentro de los establecimientos culturales se puede encontrar:

Tabla 5

## Atractivos Culturales del Barrio San Marcos – Tipo: Arquitectura

<b>Categoría: Atractivos Culturales</b>				
<b>Tipo: Arquitectura</b>				
<b>Subtipo: Infraestructura Cultural</b>				
No.	Establecimiento	Tipo	Características	Dirección
1	Museo Manuela Sáenz 	Museo Histórico	Museo que alberga las cartas de Manuela Sáenz con Simón Bolívar, además de armas, cuadros y otros artículos del período de la independencia.	Junín Oe1-13 y Montúfar esquina.  <a href="https://museo-manuela-saenz.negocio.site/">https://museo-manuela-saenz.negocio.site/</a>  <a href="https://www.facebook.com/museomanuelasae nz">https://www.facebook.com/museomanuelasae nz</a>
2	Museo de Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño 	Museo de Arte	En este espacio se exhiben las obras del artista y arquitecto Oswaldo Muñoz Mariño (1923-2016).	Junín E2-27 y Almeida.  <a href="mailto:mmm.museoygalerias@gmail.com">mmm.museoygalerias@gmail.com</a>  <a href="https://es-la.facebook.com/munozmarinomuseoygalerias/">https://es-la.facebook.com/munozmarinomuseoygalerias/</a>
3	Museo Archivo de Arquitectura del Ecuador 	Museo Histórico	Institución que forma parte del Colegio de Arquitectos, en donde se registra, mantiene y difunde la Arquitectura y Urbanismo del país.	Junín E1-81 y Ortiz Bilbao.  <a href="mailto:mae@cae.org.ec">mae@cae.org.ec</a>  <a href="https://es-la.facebook.com/MuseoArquitecturaEC">https://es-la.facebook.com/MuseoArquitecturaEC</a>

**Categoría:** Atractivos Culturales  
**Tipo:** Arquitectura  
**Subtipo:** Infraestructura Cultural

No.	Establecimiento	Tipo	Características	Dirección
4	Casa de la Danza 	Centro Cultural	Ofrece talleres, exposiciones, festivales, conferencias y presentaciones artísticas.	Junín E2-186 y Javier Gutiérrez.  <a href="mailto:casadeladanza@casadeladanza.org">casadeladanza@casadeladanza.org</a>
5	Madera Noble 	Artesanías y artes	Taller del artesano José Barrera, donde elabora varias artesanías en madera, tagua, huesos, cachos de toro, entre otros.	Junín E3-28, frente a la Plaza de San Marcos.  <a href="mailto:maderanoblebarrera@gmail.com">maderanoblebarrera@gmail.com</a>
6	Casa Taller Pinta Selva 	Taller y Galería	Galería que exhibe diferentes obras de arte.	Junín E3-03 y Javier Gutiérrez, frente a la Plaza de San Marcos
7	Casa Taller Sonia Rosales 	Galería	Sitio donde la pintora Sonia Rosales muestra sus obras artísticas.	Junín E2-143 y Antonio Almeida

**Categoría:** Atractivos Culturales  
**Tipo:** Arquitectura  
**Subtipo:** Infraestructura Cultural

No.	Establecimiento	Tipo	Características	Dirección
8	Artes Plásticas 	Taller de dibujo	Taller de dibujo y pintura, dirigidas por Renato y Bolo Araujo.	Junín y Luis Alfonso Ortiz Bilbao esquina

*Nota.* Esta tabla indica los establecimientos culturales que posee el Barrio San Marcos.

#### **Datos Curiosos del Barrio San Marcos.**

- **Rasgos Coloniales**

Dos casas en el barrio San Marcos han logrado mantener intacto los rasgos coloniales de su infraestructura. Una de estas casas es el Museo de Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño fundado en el 2010 (Ribadeneira, 2019).

#### **Figura 9**

*Fachada Museo de Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño*



*Nota.* En este gráfico se puede observar la entrada del Museo de Acuarela y Dibujo que mantiene los rasgos coloniales. Tomado de Muñoz Mariño Museo y Galerías, por el Sistema de Museos y Centros Culturales Quito, 2018.

- **La Fachada más pequeña de la ciudad de Quito**

Dentro del barrio San Marcos, entre la calle Junín y Montúfar en la OE1-33 se encuentra una de las fachadas y frentes coloniales más pequeños de la ciudad quiteña (Ecuador Turismo y Misterio, 2022).

**Figura 10**

*Fachada más pequeña de la ciudad*



*Nota.* En este gráfico se puede observar la entrada de una vivienda en el barrio San Marcos, siendo su fachada más pequeña en comparación a las demás casas del lugar. Tomado de Ecuador Turismo y Misterio, 2022.

- **Colegio Alemán de Quito**

En 1918-1922 se muda a la calle Junín el Colegio Alemán fundado por el Dr. August Rubbel con 45 alumnos y 14 profesores alemanes, inmueble que en la actualidad sigue existiendo (Los Ladrillos de Quito, 2019).

## Figura 11

### *Colegio Alemán*



*Nota.* En este gráfico se puede observar el Primer Edificio del Colegio Alemán de Quito en la calle Junín en el barrio San Marcos en 1922, donde tras su éxito alcanzado llegaron estudiantes del Guayas y Manabí, además de los primeros profesores alemanes. Tomado de Somos AECA, por Asociación de Exalumnos Colegio Alemán Quito, 2020.

## Análisis de los resultados

### ***Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a los visitantes del CHQ***

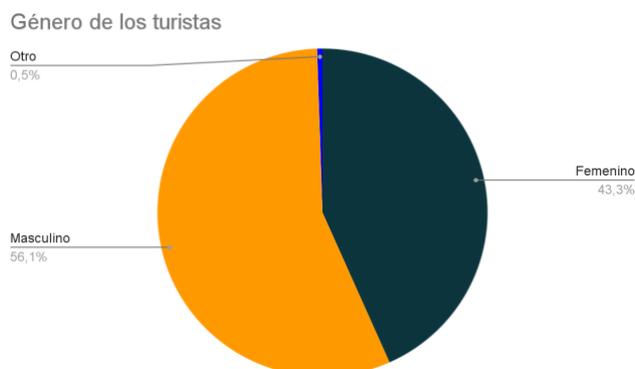
Al realizar la tabulación de los datos y su procesamiento correspondiente se obtuvieron los siguientes resultados.

**Tabla 6**

#### *Género de los turistas*

<b>Género de los Turistas</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Femenino	166	43,34%
Masculino	215	56,14%
Otro	2	0,52%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se indica el género de los turistas que visitan el Centro Histórico de Quito.

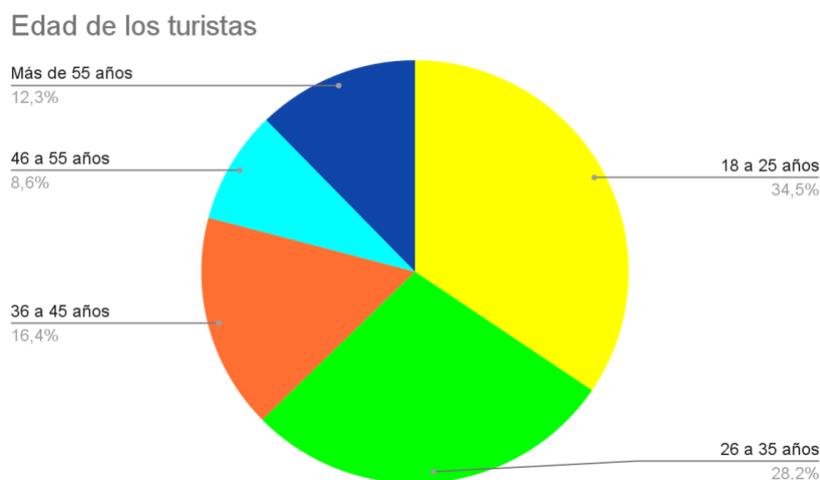
**Figura 12***Género de los Turistas*

Como se observa en la tabla y en el gráfico, la composición que se utilizó para el género abarca tanto a los hombres como a las mujeres, teniendo también una opción de Otro, con el fin de no excluir a los encuestados que no se identifican en los otros dos géneros. De este modo, se puede visualizar que el 56,14% corresponde al género masculino, seguido del 43,34% que pertenece al género femenino y por último con el 0,52% se encuentran las personas que se representan con otro género. Con estos resultados, se puede determinar que existió una mayor aceptación hacia el instrumento de investigación por parte del género masculino, lo que conlleva a que los hombres son los que visitan con mayor frecuencia el Centro Histórico de Quito y que este segmento será el público principal a quien va dirigido las actividades de animación turística cultural en el barrio San Marcos.

**Tabla 7***Edad de los Turistas*

Rango de edad	No.	%
18 a 25 años	132	34,46
26 a 35 años	108	28,20
36 a 45 años	63	16,45
46 a 55 años	33	8,62
Más de 55 años	47	12,27
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100 %</b>

*Nota.* En esta tabla se indica la edad de las personas encuestadas.

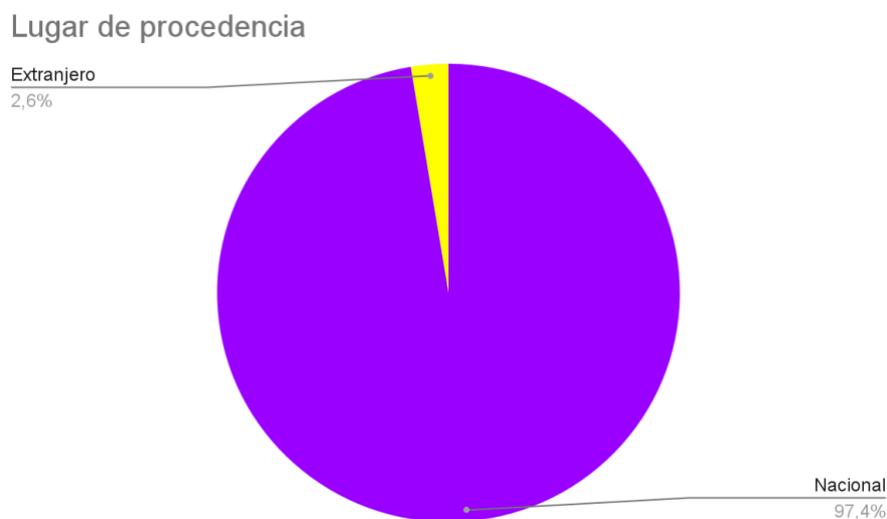
**Figura 13***Edad de los Turistas*

De los encuestados, se puede determinar que el grupo de edades que predomina corresponde a los turistas entre los 18 a 25 años con el 34,46%, seguido de las personas entre los 26 y 35 años con el 28,20%, continuando con un 16,45% entre la edad de los 36 a 45 años, con el 8,62% la edad de 46 a 55 años y por último también se tomó en cuenta a personas mayores de 55 años con un 12,27%, lo que significa que las actividades de animación turística cultural que se diseñen van a estar orientadas a personas que estén en el rango de edad de 18 a 25 años. De igual forma a los otros segmentos también se los van a considerar a pesar de haber obtenido un menor porcentaje, debido a que todos estos segmentos son turistas potenciales para el barrio San Marcos.

**Tabla 8***Lugar de procedencia de los turistas*

Procedencia	No.	%
Nacional	373	97,39%
Extranjero	10	2,61%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100 %</b>

*Nota.* En esta tabla se indica la procedencia de los turistas a quienes se les realizó la encuesta.

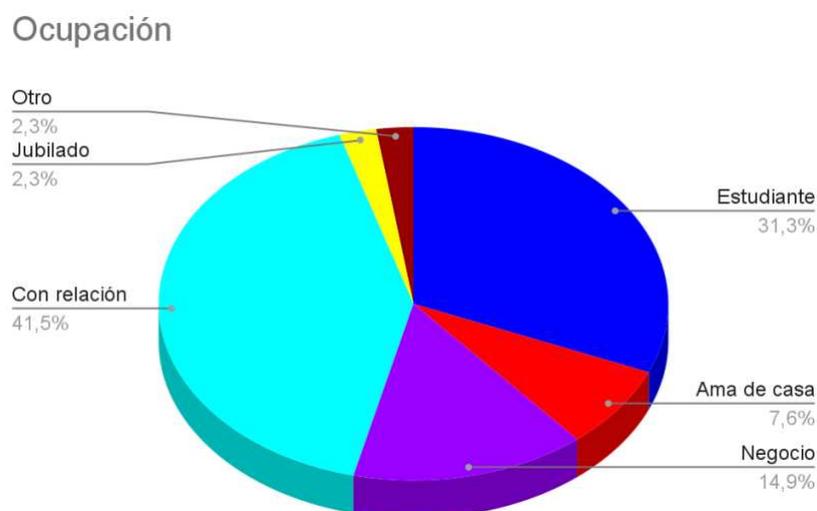
**Figura 14***Lugar de procedencia de los turistas*

Con los resultados obtenidos se puede observar que el lugar de procedencia, alcanza un mayor porcentaje las personas nacionales con un 97,39% y con el 2,61% las personas extranjeras, por lo cual es beneficioso para el barrio San Marcos porque son personas que se encuentran dentro del territorio nacional y pueden participar en las actividades de animación turística que se diseñen en la propuesta.

**Tabla 9***Ocupación*

Ocupación	No.	%
Estudiante	120	31,33%
Ama de casa	29	7,57%
Negocio Propio	57	14,89%
Con relación de dependencia	159	41,51%
Jubilado	9	2,35%
Otro (desempleado)	9	2,35%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se indica la ocupación que tienen las personas encuestadas.

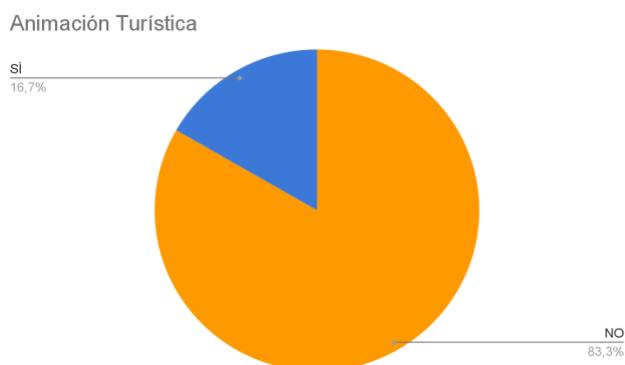
**Figura 15***Ocupación*

En cuanto a la ocupación laboral de los encuestados, se puede visualizar que el 41,51% corresponde a personas con relación de dependencia, siendo este el valor más alto, seguido de los estudiantes con el 31,33% y de las personas que cuentan con un negocio propio con el 14,88%, por otro lado, el 7,57% corresponde a personas que son amas de casa, el 2,35% personas jubiladas y por último con el 2,35% personas desempleadas. De acuerdo a estos resultados se puede identificar que el 56,39% de las personas tienen una situación laboral estable.

**Tabla 10***Participación de Animación Turística*

Participación de Animación Turística	No.	%
Sí	64	16,71%
No	319	83,29%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se indica la participación en animación turística de las personas encuestadas.

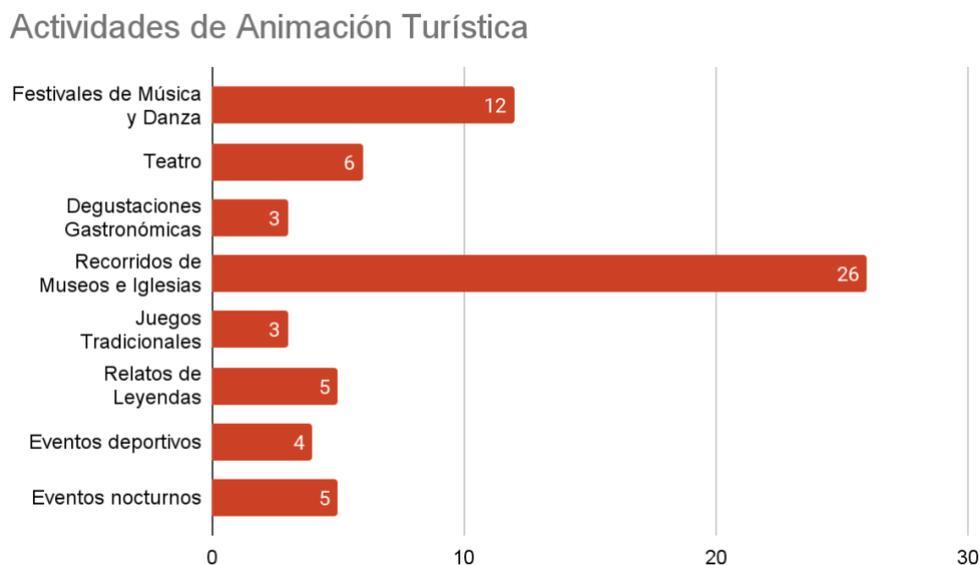
**Figura 16***Participación de Animación Turística*

Se puede determinar que la gran mayoría de las personas encuestadas no han participado en actividades relacionadas con la animación turística porque presenta un porcentaje del 83,29%. Por otro lado, con el 16,71% se encuentra las personas que sí han participado en diversas actividades de animación turística. Ante estos resultados, es necesario desarrollar estrategias y actividades de animación turística que sean llamativas para los visitantes con el fin de motivar su participación.

**Tabla 11***Actividades de participación de Animación Turística*

<b>Animación Turística</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Festivales de Música y Danza	12	3,13%
Teatro	6	1,57%
Degustaciones Gastronómicas	3	0,78%
Recorridos de Museos e Iglesias	26	6,79%
Juegos Tradicionales	3	0,78%
Relatos de Leyendas	5	1,31%
Eventos deportivos	4	1,04%
Eventos nocturnos	5	1,31%
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>16,71%</b>

*Nota.* En la tabla se muestran las diferentes actividades de animación turística de las personas encuestadas.

**Figura 17***Actividades de Animación Turística*

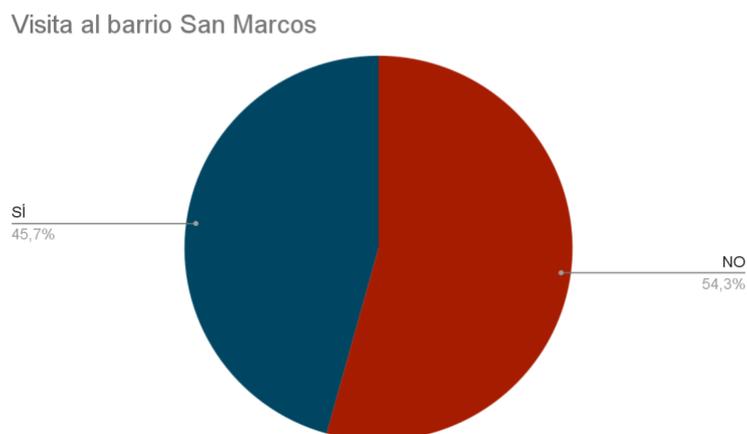
Por medio de los datos obtenidos anteriormente, las 64 personas encuestadas que sí han participado en actividades turísticas han reflejado su respuesta en un 6,79% en la participación en recorridos de museos e iglesias, seguido con el 3,13% los festivales de música y danza, con el 1,57% actividades de teatro, con el 1,31% actividades de relatos de leyendas y eventos nocturnos, por otro lado con el 1,04% eventos deportivos y con un porcentaje menor de 0,78% actividades como los juegos tradicionales y las degustaciones gastronómicas.

Estos resultados indican que el barrio San Marcos presenta una ventaja en relación a sus atractivos turísticos, debido a que cuenta con varios sitios culturales entre ellos la iglesia y sus museos, mismos que generan un alto interés en los turistas para su visita y un gran aporte en el desarrollo de actividades de animación turística.

**Tabla 12***Visita al barrio San Marcos*

<b>Visita al barrio San Marcos</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Si	208	54,31%
No	175	45,69%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

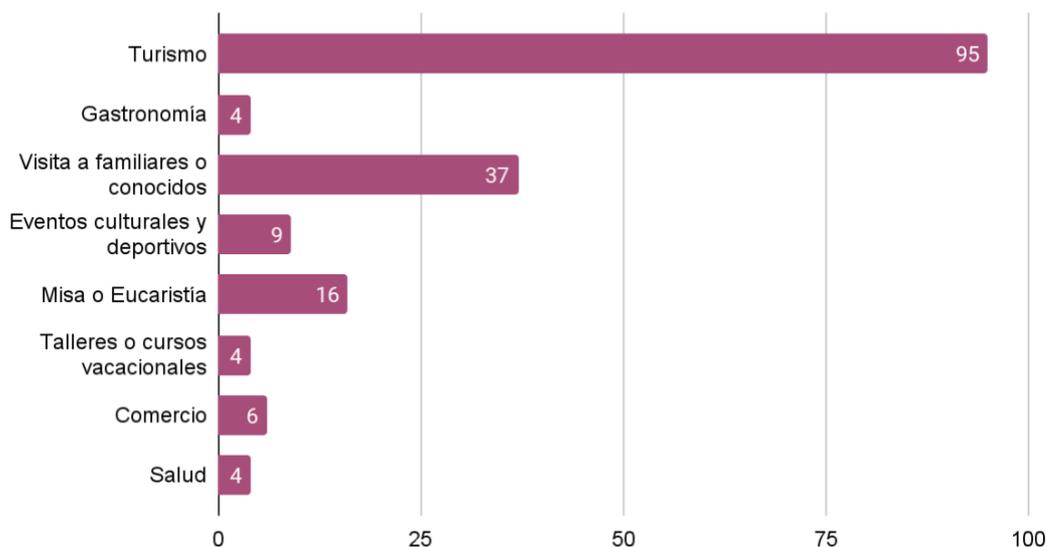
*Nota.* En esta tabla se indica las personas que han visitado o no el barrio San Marcos.

**Figura 18***Visita al barrio San Marcos*

Se puede visualizar que el 54,31% de las personas encuestadas no conocen ni han visitado el barrio San Marcos, mientras que el 45,69% restante si han visitado este lugar. Esto conlleva a buscar y generar estrategias para que los turistas conozcan el barrio San Marcos y sea considerada como una parte esencial para visitar y hacer turismo en el Centro Histórico de Quito.

**Tabla 13***Motivo de visita al barrio San Marcos*

<b>Visita al barrio San Marcos</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Turismo	95	24,80%
Gastronomía	4	1,04%
Visita a familiares o conocidos	37	9,66%
Eventos culturales y deportivos	9	2,35%
Misa o Eucaristía	16	4,18%
Talleres o cursos vacacionales	4	1,04%
Comercio	6	1,57%
Salud	4	1,04%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>45,67%</b>

**Figura 19***Motivos de visita al barrio San Marcos***Motivos de visita al barrio San Marcos**

Se puede observar que el resultado de las personas encuestadas en su mayoría conforme a la pregunta anterior ha respondido que el turismo es el principal motivo por el cual visitan el barrio San Marcos teniendo un porcentaje del 24,80%, lo cual resulta beneficioso para la investigación porque promueven la visita y la realización de varias

actividades como son las misas, eventos culturales y deportivos, talleres, visita de familiares o conocidos cercanos a la zona, el comercio y salud.

**Tabla 14**

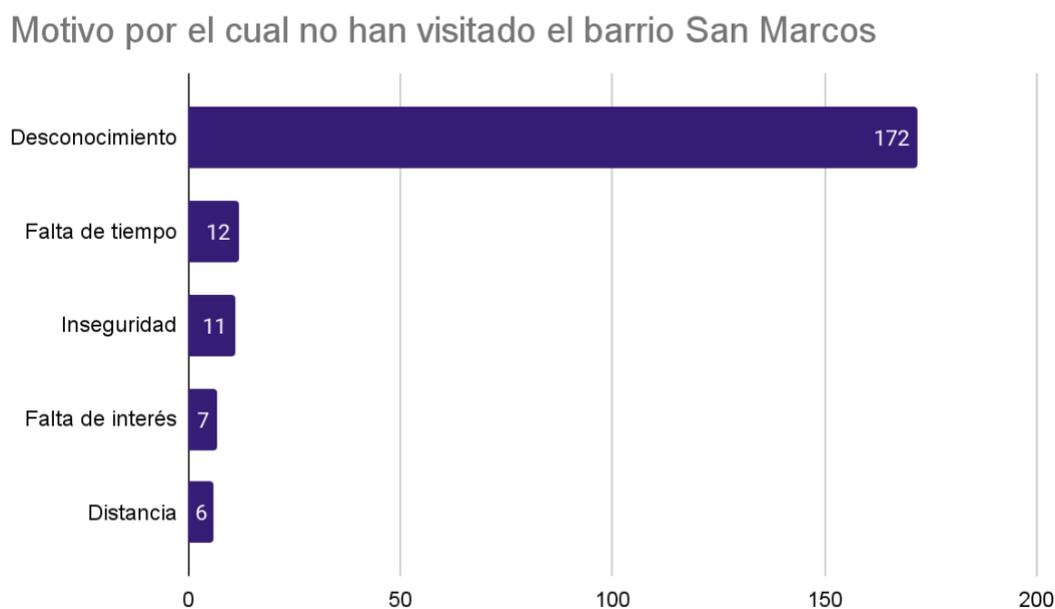
*Motivo por el cual no visita el barrio San Marcos*

<b>No ha visitado el barrio San Marcos</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Desconocimiento	172	44,91%
Falta de tiempo	12	3,13%
Inseguridad	11	2,87%
Falta de interés	7	1,83%
Distancia	6	1,57%
<b>Total</b>	<b>208</b>	<b>54,31%</b>

*Nota.* En esta tabla se indica las razones por el cual las personas no han visitado el barrio San Marcos.

**Figura 20**

*Motivo por el cual no han visitado el barrio San Marcos*



Se puede determinar que uno de los principales motivos por el cual no visitan el barrio San Marcos es porque el 44,91% de las personas encuestadas no conocen este

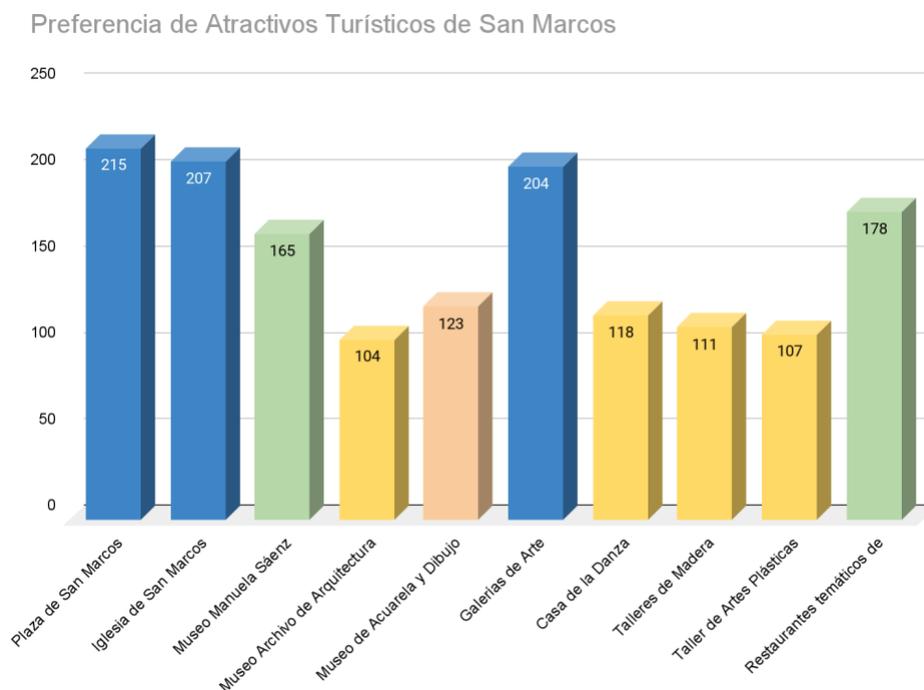
sitio y es por ello que relacionan otros motivos tal es el caso de la falta de tiempo con el 3,13%, la inseguridad con el 2,87%, la falta de interés con el 1,83%, y el 1,57% la distancia lo que causa que los turistas no puedan visitar este lugar por ello se requiere de esta investigación para que varias personas puedan conocer este barrio con gran riqueza dentro del turismo y su animación.

**Tabla 15**

*Preferencias de Atractivos Turísticos de San Marcos*

<b>Atractivo</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Plaza de San Marcos	215	56,14%
Iglesia de San Marcos	207	54,05%
Museo Manuela Sáenz	165	43,10%
Museo Archivo de Arquitectura	104	27,15%
Museo de Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño	123	32,11%
Galerías de Arte	204	53,26%
Casa de la Danza	118	30,81%
Talleres de Madera	111	28,98%
Taller de Artes Plásticas	107	27,94%
Restaurantes temáticos de gastronomía nacional	178	46,48%

*Nota.* En esta tabla se indica los atractivos con los que cuenta el barrio San Marcos y la preferencia de los encuestados.

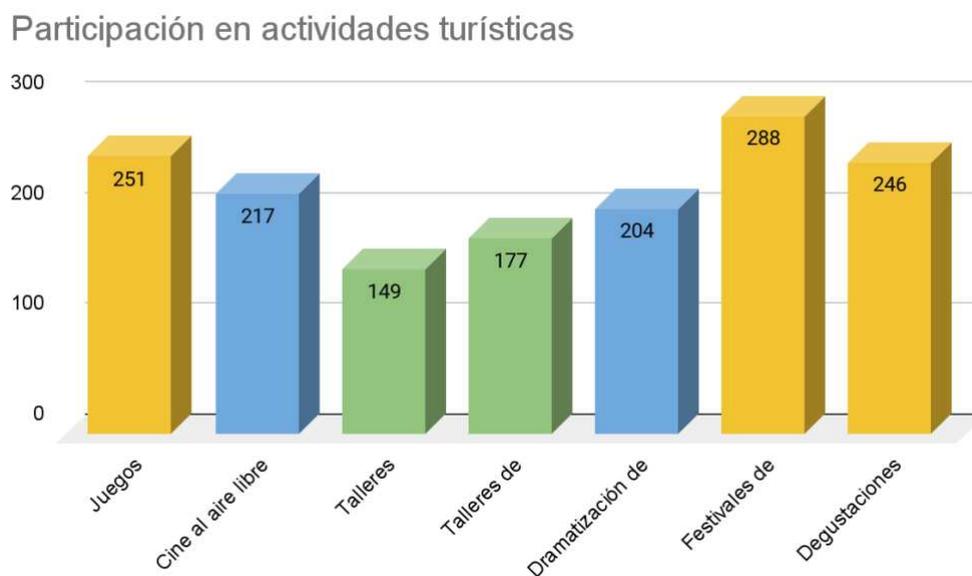
**Figura 21***Preferencia de Atractivos Turísticos de San Marcos*

Se puede observar en el gráfico que el barrio San Marcos cuenta con varios atractivos turísticos culturales y restaurantes temáticos, los cuales satisfacen las necesidades, deseos o intereses de los turistas que visitan estos establecimientos. De igual forma, se visualiza que la mayoría de los encuestados ha indicado que prefieren o les llama más su atención, la Plaza de San Marcos, la Iglesia y las Galerías de Artes, sin dejar de lado los demás atractivos, debido a que estos también han logrado tener el interés de más de 100 personas. Siendo esto un aspecto positivo para el barrio San Marcos, debido a que los atractivos turísticos con los que cuenta son de interés para los turistas y también porque permite en la propuesta desarrollar varias actividades de animación turística que se centren en estos establecimientos o lugares culturales.

**Tabla 16***Participación en actividades turísticas*

<b>Actividades</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Juegos Tradicionales	251	65,53%
Cine al aire libre	217	56,66%
Talleres dinámicos	149	38,90%
Talleres de artesanías y/o manualidades	177	46,21%
Dramatización de la época	204	53,26%
Festivales de música y danza	288	75,20%
Degustaciones gastronómicas	246	64,23%

*Nota.* En esta tabla se indica las actividades que el turista estaría dispuesto a realizar al visitar el barrio San Marcos.

**Figura 22***Participación en actividades turísticas*

Por medio de los datos obtenidos se puede determinar que la mayor parte de los encuestados prefieren participar en actividades en las que se puedan involucrar, como son los Festivales de Música y Danza, los Juegos Tradicionales y Degustaciones Gastronómicas, mientras que con las actividades de Cine al aire libre y Dramatización de la

época, el turista solo tendría una participación contemplativa siendo un espectador y con las actividades restantes que son los talleres dinámicos y de artesanías o manualidades su participación sería encaminada con el aprendizaje. Estos datos permiten identificar que la mayor parte de los encuestados prefieren realizar actividades en donde puedan participar, por esta razón es necesario dentro de la propuesta establecer actividades que permitan que los turistas tengan una participación activa y que no sean solo espectadores.

**Tabla 17**

*Predisposición de participar en actividades turísticas culturales nocturnas en San Marcos*

<b>Predisposición de participar</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Sí	336	87,73%
No	47	12,27%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se indica si los encuestados estarían dispuestos a participar en actividades turísticas culturales nocturnas en San Marcos.

**Tabla 18**

*Razones de no participar en actividades turísticas culturales nocturnas en San Marcos*

<b>Razones</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Inseguridad	28	7,31%
Falta de tiempo	9	2,35%
Distancia	7	1,83%
Falta de interés	2	0,52%
Clima	1	0,26%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>12,27%</b>

*Nota.* En esta tabla se encuentran las razones del porqué los encuestados no estarían dispuestos a participar en actividades culturales nocturnas.

### Figura 23

#### *Predisposición de participar en actividades turísticas culturales nocturnas*



La mayor parte de la población encuestada indica que si estaría dispuesto a participar en actividades turísticas culturales nocturnas cuando visiten el barrio San Marcos, representando esta afirmación el 87,73%, en cambio el 12,27% restante no estaría dispuesto a visitar en la noche este barrio, indicando sus razones, las cuales son mencionadas en la tabla No.16 y representadas en la figura No.22.

### Figura 24

#### *Razones de no participar*



Los resultados indican que las personas que no están dispuestas a participar en actividades culturales nocturnas, tienen como principal razón la inseguridad que presenta

este sector en el Centro Histórico de Quito, además del incremento de la delincuencia en el horario nocturno. Asimismo, otros motivos que inciden en que no quieran participar es la falta de tiempo, debido a que los encuestados han sabido manifestar que en la noche prefieren descansar o sus trabajos son en este horario; como tercera razón es la distancia en relación a sus hogares, lo que impide que se puedan quedar hasta la noche por no contar con facilidades de transporte o traslado seguro; seguido está la falta de interés, siendo que las personas prefieren realizar otro tipo de actividades y como último está el clima, indicando el encuestado que hace demasiado frío en la noche y no le gustaría estar en un lugar o al aire libre con temperaturas bajas. De acuerdo con estos resultados, dentro de la propuesta se debe también crear estrategias que involucren la seguridad en el barrio San Marcos y actividades nocturnas que motiven al turista a participar y que no perciban a la falta de tiempo como un obstáculo para hacer turismo.

**Tabla 19**

*Factores que intervienen en la visita de San Marcos en la noche*

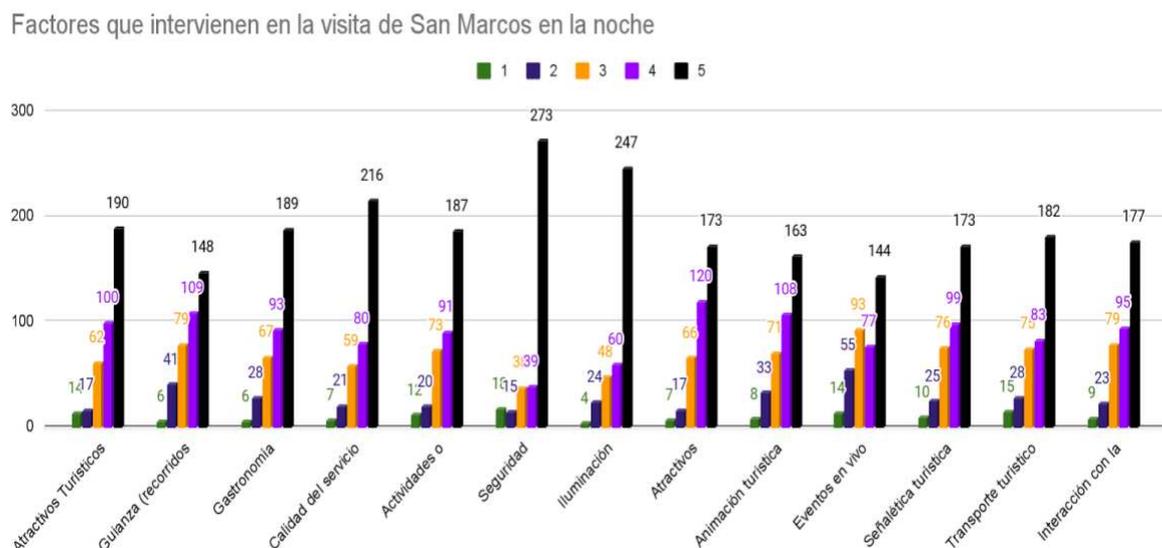
Factores	Niveles de importancia					Total
	1	2	3	4	5	
Atractivos Turísticos (museos, iglesias, plazas)	14 3,66%	17 4,44%	62 16,19%	100 26,11%	190 49,60%	383 100%
Guianza (recorridos nocturnos de los atractivos).	6 1,57%	41 10,70%	79 20,63%	109 28,46%	148 38,64%	383 100%
Gastronomía Ecuatoriana (Hornado, Fritada, Tortillas de tiesto, Colada morada, Humitas, Bolones, entre otros).	6 1,57%	28 7,31%	67 17,49%	93 24,28%	189 49,35%	383 100%
Calidad del servicio (hospedaje, alimentos y bebidas, establecimientos turísticos).	7 1,83%	21 5,48%	59 15,40%	80 20,89%	216 56,40%	383 100%
Actividades o Eventos Culturales (Danza, teatro, música, artes plásticas, festivales gastronómicos)	12 3,13%	20 5,22%	73 19,06%	91 23,76%	187 48,83%	383 100%
Seguridad	18 4,70%	15 3,92%	38 9,92%	39 10,18%	273 71,28%	383 100%

Factores	Niveles de importancia					Total
	1	2	3	4	5	
Iluminación	4 1,04%	24 6,27%	48 12,53%	60 15,67%	247 64,49%	383 100%
Atractivos culturales	7 1,83%	17 4,44%	66 17,23%	120 31,33%	173 45,17%	383 100%
Animación turística	8 2,09%	33 8,62%	71 18,54%	108 28,20%	163 42,55%	383 100%
Eventos en vivo	14 3,66%	55 14,36%	93 24,28%	77 20,10%	144 37,60%	383 100%
Señalética turística	10 2,61%	25 6,53%	76 19,84%	99 25,85%	173 45,17%	383 100%
Transporte turístico	15 3,91%	28 7,31%	75 19,58%	83 21,67%	182 47,53%	383 100%
Interacción con la comunidad	9 2,35%	23 6,01%	79 20,63%	95 24,80%	177 46,21%	383 100%

*Nota.* Esta tabla indica los factores que consideran los encuestados importantes al momento de visitar el barrio San Marcos en la noche.

**Figura 25**

*Factores que intervienen en la visita de San Marcos en la noche*



En el gráfico se puede observar que la mayoría de las personas consideran que los factores mencionados en la encuesta presentan un nivel de importancia alto al momento de querer visitar el barrio San Marcos en horarios nocturnos, por consiguiente el 71,28% de los encuestados consideran que el factor más importante para realizar su visita en la noche es la Seguridad que brinde todo el sector del Centro Histórico de Quito, seguido del factor de la Iluminación con el 64,49% el cual va a permitir que las personas tengan una libre circulación por el barrio al contar con un alumbrado óptimo; asimismo el tercer factor que va a influir en la visita con el 56,40% es la calidad del servicio tanto de establecimientos turísticos, hoteleros como de restauración. De igual manera los demás factores también son tomados en consideración por los turistas al momento de visitar un lugar.

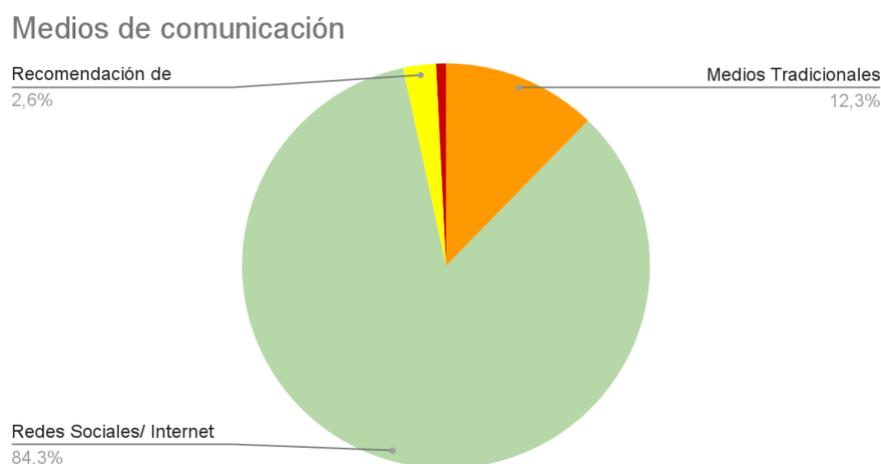
Ante estos datos, es necesario crear estrategias que brinden a los turistas, la seguridad de estar protegidos sea esta su integridad física como económica y así puedan disfrutar de las actividades culturales nocturnas en los establecimientos culturales o al aire libre, sin tener la preocupación de ser víctimas de la delincuencia.

**Tabla 20**

*Medios de comunicación*

<b>Medios de comunicación</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
Medios tradicionales	47	12,27%
Redes sociales / Internet	323	84,33%
Recomendación de terceras personas	10	2,61%
Agencias de viajes	3	0,79%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

*Nota.* En esta tabla se visualiza a través de que medios el turista prefiere ser informado sobre los eventos o actividades culturales nocturnas en el barrio San Marcos.

**Figura 26***Medios de comunicación*

El medio de comunicación por el cual los encuestados prefieren ser informados de los eventos o actividades culturales nocturnas en el barrio San Marcos, son las redes sociales con el 84,33%, seguido de los medios tradicionales con un 12,27% y los medios de comunicación que menos les atrae son la recomendación por terceras personas con el 2,61% y las agencias de viajes con el 0,79%. De este modo, se puede determinar que el mejor medio para difundir la información sobre las actividades de animación turística que se van a desarrollar, son los medios digitales o redes sociales, debido a que a través de estos la divulgación es más fácil y rápida, la misma que capta a diferentes públicos, lo que a su vez permite que los establecimientos culturales puedan tener mayor presencia en las redes sociales.

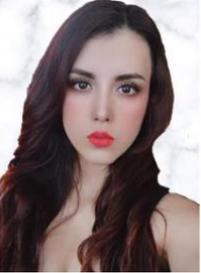
***Análisis de los resultados de las entrevistas aplicados a expertos***

Para el análisis de las entrevistas se ha realizado una matriz con el objetivo de visualizar las respuestas de los entrevistados, logrando así tener una comparación para cada una de las preguntas del cuestionario.

De igual forma se detalla a continuación el perfil de cada uno de los entrevistados.

Tabla 21

*Perfil de las Personas Entrevistadas*

Nombre	Área	Perfil Profesional
Ana Guadalupe Calero Zapata	Experta en Animación Turística	Ana Guadalupe Calero Zapata, de 37 años, con una formación profesional de licenciada en Parapsicología Científica y Medicina Alternativa, Secretaria Clínica, Auxiliar de Enfermería, Psicología General y una experiencia en formación artística como Actriz, Formación de Montaje y Dirección de Obras Teatrales, Montaje y participación de comparsas, Montaje de Leyendas Quiteñas, Animaciones infantiles, Talleres artísticos y culturales, Encuentros Juveniles, Promotora Cultural, entre otros.
		
Jennyfer Michelle Ontaneda Campos	Experta en Promoción Turística	Jennyfer Michelle Ontaneda Campos de 26 años, con una formación profesional en Comunicación Social énfasis en Comunicación Organizacional, tiene experiencia dentro del Área de Marketing, siendo partícipe en campañas publicitarias, marketing digital, branding, entre otros, también ha participado en el Área de Producción y Locución en la Radio Casa de la Cultura y Radio FACSO. Por otro lado, también ha participado en proyectos de promoción turística en el Centro Histórico de Quito siendo actualmente la Reina del Distrito Centro de Quito 2021-2022 y Miss Tourism of Ethnic Customs World 2020-2021.
		

Nombre	Área	Perfil Profesional
Micaela Dominic Sánchez Zhindón	Coordinadora de Proyectos Arquitectónicos en el MAE	Micaela Dominic Sánchez Zhindón de 26 años, con una formación profesional en Arquitectura, Diseño y Artes, ha sido partícipe de varios proyectos en el Centro Histórico de Quito, como son los proyectos de Arquitectura Moderna, Levantamiento de Patologías Casa 24 de Mayo, Corredor Metropolitano de Quito, Restauración de la Iglesia de San Marcos, entre otros. De igual forma ha desempeñado varias funciones dentro del Museo Archivo de Arquitectura Del Ecuador siendo Coordinadora en la Catalogación de Revistas de Arquitectura y Planos, Coordinadora de Montajes de Obras Museográficas, Coordinación de Talleres Bauhaus y actualmente desempeña su cargo en Mediación de Proyectos Arquitectónicos.



*Nota.* En esta tabla se visualiza los perfiles de las personas que fueron entrevistadas con la finalidad de conocer la percepción que tienen sobre la animación turística en el barrio San Marcos.

Tabla 22

*Respuestas de los Expertos en el Campo Turístico*

Ítems de Análisis	<b>Experta en Animación Turística</b> <b>Dra. Ana Calero</b>	<b>Experta en Promoción Turística</b> <b>Ing. Michelle Ontaneda</b>	<b>Coordinadora de Proyectos Arquitectónicos en el Museo Archivo de Arquitectura del Ecuador</b> <b>Ing. Micaela Sánchez</b>
<b>Opinión acerca del barrio San Marcos y sitios de interés</b>	<p>San Marcos es uno de los primeros barrios de Quito, que ha conservado su arquitectura en viviendas y en su Iglesia, siendo este último un lugar importante para este barrio. También se encuentran sitios de interés como sus museos y centros culturales.</p>	<p>El barrio San Marcos es un barrio emblemático de la ciudad de Quito, que tiene grandes atracciones turísticas, me gusta mucho su parque e iglesia, representa una tradición que ha perdurado por muchos años.</p>	<p>El barrio San Marcos, tiene mucho valor histórico y arquitectónico, por lo que los lugares que destacan son el parque de San Marcos, Casa Somos, El Museo de Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño, el MAE, entre otros.</p>
<b>Potencial Turístico del barrio San Marcos</b>	<p>El barrio San Marcos presenta un potencial turístico alto, en donde se puede destacar su historia tanto de su creación como de las familias que han vivido por generaciones.</p>	<p>Existen algunas cafeterías y restaurantes ubicados desde el inicio, sin embargo, si nos centralizamos las atracciones en un solo lugar podemos crecer de la mejor manera, esto implicaría que el municipio pueda destinar un lugar y los fondos necesarios.</p>	<p>Sí, el barrio tiene un potencial turístico alto debido a que existen muchos lugares y casas que pueden ser visitadas, logrando así que las personas logren conocer la historia que guarda este barrio del Centro Histórico.</p>

Ítems de Análisis	<b>Experta en Animación Turística</b> <b>Dra. Ana Calero</b>	<b>Experta en Promoción Turística</b> <b>Ing. Michelle Ontaneda</b>	<b>Coordinadora de Proyectos Arquitectónicos en el Museo Archivo de Arquitectura del Ecuador</b> <b>Ing. Micaela Sánchez</b>
<b>Imagen turística del barrio San Marcos</b>	<p>Hace falta difusión turística debido a que personas de la ciudad desconocen del barrio San Marcos, además como está en el Centro Histórico tienen la idea de que también es un barrio peligroso.</p>	<p>La imagen es algo que se ha construido con El Paso del tiempo, sin embargo, una campaña en redes sociales en conjunto con el apoyo de los vecinos y moradores puede otorgarle una mejor vista del Barrio a los turistas.</p>	<p>Para mejorar la imagen turística que tiene San Marcos, primero se debe comenzar con la mejora en la calidad del espacio público.</p>
<b>Eventos o actividades que realiza el barrio</b>	<p>Se realizan actividades, pero la que más destaca es el Museo de Manuelita Sáenz, siendo una fortaleza para el barrio porque cuenta la historia del romance entre Manuelita y Simón Bolívar. Del mismo modo, se realizan actividades que incentivan la participación como son los talleres artísticos, de pintura, danza, teatro, entre otros.</p>	<p>Eventos como conciertos  Danzas tradicionales  Ferias  Atracciones para los niños  Y convenios con empresas de turismo, pueden fomentar la llegada y diversión de los turistas</p>	<p>No existen eventos tan relevantes dentro del barrio que puedan llamar la atención de los turistas, por lo que hasta las fiestas de San Marcos han perdido su potencial, ya que las actividades que se organizan no son llamativas y a su vez no están encaminadas para el disfrute de todas las personas.</p>
<b>Importancia de la visita de turistas nacionales y extranjeros</b>	<p>Los turistas nacionales y extranjeros presentan un rol importante dentro del turismo, estos permiten que el barrio se desarrolle en el ámbito turístico y económico.</p>	<p>Es importante pero no relevante, los turistas van enfocados en Barrios como la Ronda, sin embargo, es importante la visita para mantener un equilibrio económico en los negocios.</p>	<p>Sí son importantes ya que cuando ellos visitan el barrio, también realizan recorrido en los museos ayudando así en la economía además de activar el micro comercio haciendo usos de los servicios y/o comprando algún artículo de las galerías que se encuentran en San Marcos.</p>

Ítems de Análisis	Experta en Animación Turística Dra. Ana Calero	Experta en Promoción Turística Ing. Michelle Ontaneda	Coordinadora de Proyectos Arquitectónicos en el Museo Archivo de Arquitectura del Ecuador Ing. Micaela Sánchez
<b>Proyecto turístico cultural o de patrimonio que involucre al barrio San Marcos</b>	El Museo de Arquitectura presta sus espacios para que se den encuentros de lectura, artísticos o culturales. También existen dos hoteles que han adaptado las casas antiguas para el disfrute de los turistas.	Uno de los proyectos que involucra al barrio son las actividades que desarrolla “Casa Somos”	Sí se han desarrollado proyectos que han involucrado a San Marcos, pero al momento de su ejecución ha tenido un bajo alcance.
<b>Apoyo de las autoridades Municipales o Estatales</b>	El apoyo de las autoridades es escaso a pesar de las gestiones realizadas. De igual forma el problema es que como las directivas no son reelegidas los proyectos turísticos no se finalizan.	No hay mucho apoyo de parte de autoridades pese a que la parte turística está reactivada en los alrededores como el centro histórico o la ronda, pero en el barrio San Marcos no hay apoyo.	La verdad no sabría decirlo, ya que por el momento no conozco algún proyecto turístico que involucre al barrio.
<b>Medios de comunicación para informar sobre el barrio San Marcos</b>	El medio más importante para la difusión turística del barrio son las redes sociales, aunque los volantes podrían también informar sobre las actividades que se realicen.	Se puede realizar una campaña Word of mouth, poder transmitir la información del barrio San Marcos de persona a persona, también realizar campañas estratégicas en redes sociales, pedir apoyo al Municipio para fomentar la visita de turistas nacionales y extranjeros dando a conocer la cultura del barrio.	Para informar sobre las actividades y los lugares del barrio se debe crear un sitio virtual donde se publique todo este tipo de información, ya que existen lugares maravillosos que muy pocas personas conocen y no tienen un alto nivel de promoción.

Ítems de Análisis	Experta en Animación Turística Dra. Ana Calero	Experta en Promoción Turística Ing. Michelle Ontaneda	Coordinadora de Proyectos Arquitectónicos en el Museo Archivo de Arquitectura del Ecuador Ing. Micaela Sánchez
<b>Aspectos positivos y negativos de la actividad turística en el barrio San Marcos</b>	El principal aspecto que genera la actividad turística son los temas económicos, generando así fuentes de ingresos y a su vez de empleo, también se generan estrategias de seguridad, en donde la policía brinde protección a los turistas y moradores.	En lo positivo es que puede haber mayor actividad turística y control de parte de las autoridades, en el aspecto negativo es el sector ya que está en calles aledañas un poco peligrosas y la baja afluencia de turistas y la no preparación de actividades turísticas en establecimientos para recibir a turistas.	Entre los aspectos positivos, la actividad turística activaría los comercios y generaría un cambio en la imagen del espacio público.
<b>Diseño de actividades de animación turística</b>	Es importante el desarrollo de actividades de animación turística ya que en el barrio existen grupos culturales y artísticos, que ayudan a la difusión o promoción de San Marcos.	Es importante que los turistas sean partícipes de las actividades turísticas debido a que ellos van a formar parte y sentirse incluidos en nuestra cultura.	Sí es importante, pero más importante es fortalecer la identidad de San Marcos con las personas que actualmente habitan en este sitio.
<b>Tipos de actividades de animación turística</b>	La actividad principal que se puede desarrollar son los recorridos nocturnos donde tradicionalmente un personaje quiteño cuenta leyendas o cuentos acerca de la historia de nuestra ciudad.	Actividades artísticas, culturales, artesanales, recordemos que es un barrio emblemático que estamos dando a conocer y renovar con nuestra cultura y tradiciones por medio de diferentes programas.	Dentro de las actividades se pueden realizar recorridos guiados donde se cuente la historia del barrio y también actividades en el parque de teatro, música y danza.

Ítems de Análisis	<b>Experta en Animación Turística</b> <b>Dra. Ana Calero</b>	<b>Experta en Promoción Turística</b> <b>Ing. Michelle Ontaneda</b>	<b>Coordinadora de Proyectos Arquitectónicos en el Museo Archivo de Arquitectura del Ecuador</b> <b>Ing. Micaela Sánchez</b>
<b>Objetivo de aplicar la animación turística en actividades culturales</b>	<p>El objetivo es que con la intervención artística se pueda dar a conocer nuestra historia a través de juegos tradicionales, leyendas o cuentos.</p>	<p>Generar un punto de concentración social que permita reactivar la zona de forma cultural, social y económica y sobre todo mantenerla con actividades o innovando con nuevas ideas.</p>	<p>El objetivo que tendría la animación turística sería reactivar el uso de los espacios públicos y fomentar la unidad de la comunidad al organizar actividades.</p>
<b>Contratación o prestación de servicios de esparcimiento en animación turística</b>	<p>Claro que estaría dispuesta a prestar mis servicios, de igual forma si he venido trabajando de ese modo.</p>	<p>Sí contrataría profesionales debido a que estos nos van a garantizar que todas las actividades que se van a realizar en el barrio van a salir de la mejor manera y también nos va a permitir cumplir los objetivos que hemos puesto al inicio del proyecto.</p>	<p>Sí contrataría estos servicios ya que las personas pueden desarrollar actividades que involucren a la comunidad y también permite que se realice promoción del barrio.</p>
<b>Sugerencias para que guías y dueños de establecimientos turísticos promuevan la animación turística</b>	<p>Desarrollar un proyecto con objetivos claros, además de indicar un presupuesto para cada una de las actividades. Usar las redes sociales para promocionar los eventos o actividades, de igual forma esto va a ayudar para dar a conocer el barrio.</p>	<p>Promover la innovación y renovación de distintos restaurantes, museos que se encuentren en estas zonas ya que como el mundo cambia es bueno actualizarnos para permitir tener mejores resultados en lo que tenemos.</p>	<p>Una de las sugerencias que tengo es que se puede realizar actividades que vinculen el turismo con otros temas importantes que el barrio necesita como la identidad histórica de este, también el cuidado de las calles y actividades con el micro mercado.</p>

Ítems de Análisis	Experta en Animación Turística Dra. Ana Calero	Experta en Promoción Turística Ing. Michelle Ontaneda	Coordinadora de Proyectos Arquitectónicos en el Museo Archivo de Arquitectura del Ecuador Ing. Micaela Sánchez
<b>Actividades culturales nocturnas en el barrio San Marcos</b>	Existe la facilidad de realizar actividades nocturnas porque existen los espacios adecuados. Hace algunos años se realizaban estas actividades en el parque o en el centro de danza, ahora hay un nuevo espacio la Casa Cultural. Para que se realicen estas actividades debe planificarse y que cuente con la seguridad necesaria.	Si se puede ofrecer actividades culturales nocturnas en todo el barrio, lo importante es la organización en la directiva, la zonificación y el apoyo de autoridades para que puedan incentivar a los turistas a visitar el barrio y que puedan surgir negocios nocturnos y pueda ser una nueva zona de entretenimiento en la capital.	Sí, el barrio tiene varios lugares en donde se pueden llevar a cabo actividades nocturnas entre los que puedo destacar son los restaurantes que además de ofrecer el servicio de comida también algunos son galerías o tienen alguna temática que puede atraer a las personas.

*Nota.* En esta tabla se visualiza las respuestas de las personas entrevistadas.

**Tabla 23***Conclusiones Entrevistas*

<p>Todas las personas entrevistadas concuerdan que el barrio San Marcos posee un alto potencial en el ámbito turístico debido a que cuenta con varios atractivos culturales, además de restaurantes temáticos que pueden llegar a ser de interés para los turistas.</p>	<p>Conforme a las entrevistas realizadas todos opinan que el barrio San Marcos puede ser un lugar turístico que implemente actividades de animación nocturna que en conjunto a la UPC pueden contrarrestar la inseguridad haciendo de este uno de los sitios de gran turismo.</p>	<p>El barrio San Marcos es uno de los barrios más antiguos y bohemios por lo cual la conservación de sus riquezas culturales y artísticas pueden incrementar la visita y afluencia de turistas nacionales y extranjeros.</p>
<p>El medio más importante para la promoción turística del barrio y difusión de información sobre las actividades o espectáculos que se realicen son las redes sociales, además del apoyo de autoridades Municipales o Estatales que creen proyectos que involucren a San Marcos.</p>	<p>El incremento de la actividad turística en el barrio San Marcos podría ayudar en el ámbito económico en la generación de empleo y reactivación de establecimientos turísticos.</p>	<p>Las actividades de animación turística que se pueden desarrollar en el barrio San Marcos de acuerdo a los entrevistados son la visita y recorrido de museos y sitios turísticos culturales, teatro, danza, talleres artísticos y relatos de leyendas.</p>

*Nota.* En esta tabla se visualiza las conclusiones de las entrevistas realizadas en la investigación.

## **Capítulo IV**

### **Propuesta**

Al tener el análisis final de los datos recopilados en los instrumentos de investigación siendo las encuestas y entrevistas, se tiene la información necesaria para el desarrollo de la propuesta que tiene como finalidad el diseño de actividades culturales de animación turística, las mismas que van a servir de aporte para el desarrollo local del barrio San Marcos.

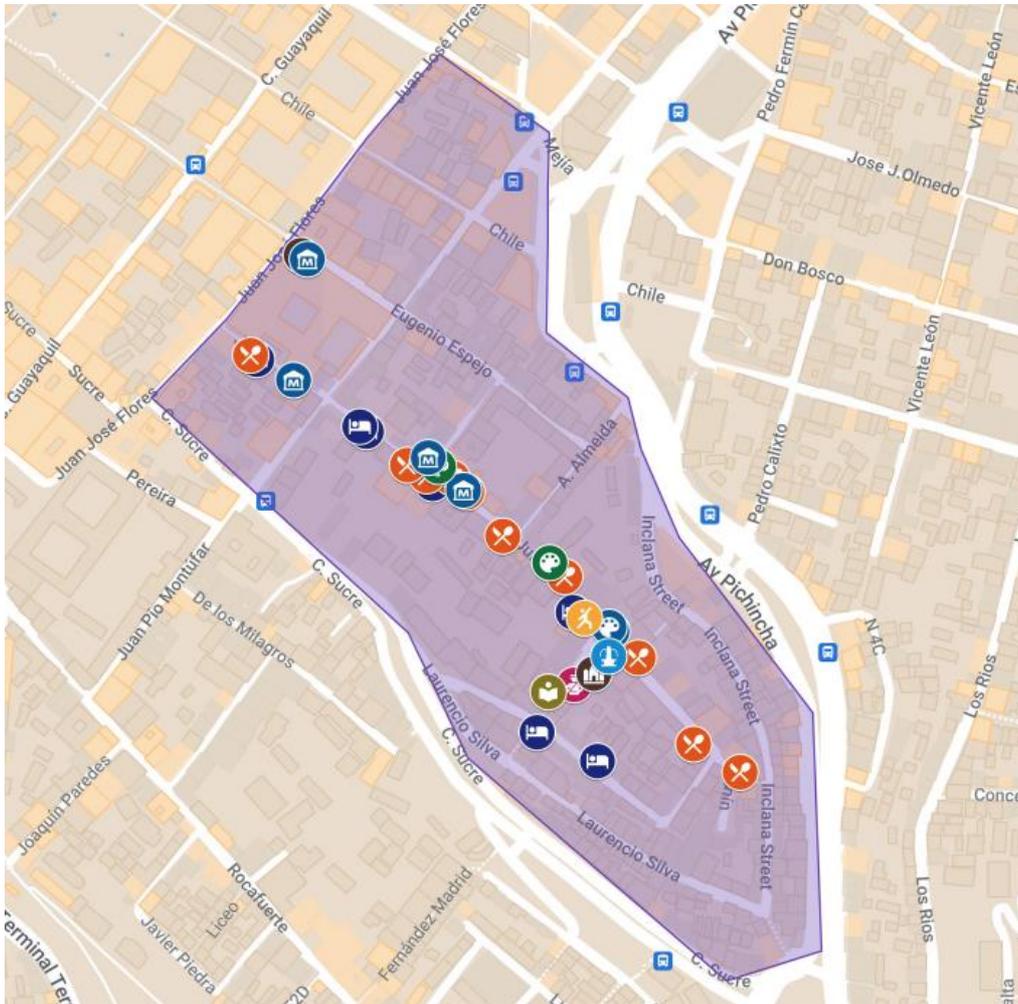
De igual forma, se considera importante enfatizar estrategias que ayuden a fomentar el turismo dentro del barrio San Marcos en cuanto a la seguridad y participación de los turistas nacionales y extranjeros.

#### **Barrio San Marcos - Zona 1**

Enfocándose principalmente en el barrio San Marcos se consideran varios sitios de atracción turística que impulsen la animación de actividades culturales tanto en establecimientos como en zonas de turismo. Por este motivo se detalla a través de un mapa la delimitación del barrio y los atractivos con los que cuenta, determinando que el barrio San Marcos es la Zona 1 de estudio dentro de la investigación.

**Figura 27**

Delimitación Barrio San Marcos



Nota. En este mapa se puede observar la delimitación del barrio San Marcos, además de los atractivos que posee.

**Tabla 24***Atractivos Zona 1 - San Marcos*

<b>Cultural</b>	<b>Gastronómicos</b>	<b>Comercial</b>	<b>Otros</b>
Museo Manuela Saénz	Friends Rooftop	Casa Taller Pinta Selva	UPC San Marcos
Museo Archivo de Arquitectura	Artífice Cafetería	Madera Noble	Biblioteca Municipal San Marcos
Museo de Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño	Taita Cana	Friends Hotel & Rooftop	Casa Somos
Galería de Artes Plásticas	La Trueca	ILLA Experience Hotel & Spa	Unidad Educativa Municipal Antonio José de Sucre
Casa Taller Sonia Rosales	La Purísima	Casa San Marcos	Unidad Educativa Virgen del Consuelo
Casa de la Danza	Bocanada	San Marcos La Casa de las Culturas	CEDIME Centro Para El Desarrollo y La Investigación Sobre Los Movimientos Sociales del Ecuador
Plaza San Marcos	Sirka	Hotel San Marcos	
Iglesia San Marcos	Picantería Laurita	Loma Chica	
Monasterio de Santa Catalina de Siena	Flavor Hunter	Hostal El Sol de Julián	
Museo Santa Catalina de Siena	La 5ta Paila del Diablo		

*Nota.* En esta tabla se indican los establecimientos turísticos que se encuentran en el barrio San Marcos, además de otros lugares comerciales o de servicios.

## Centro Histórico de Quito - Zona 2

Dentro de la investigación se delimitó el Centro Histórico de Quito (zona 2), con la finalidad de conocer la distancia de los atractivos más visitados por los turistas en comparación al barrio San Marcos (zona 1).

**Figura 28**

*Delimitación CHQ y San Marcos*



*Nota.* En este mapa se puede observar la delimitación del Centro Histórico de Quito (zona 2) y del barrio San Marcos (zona 1).

Para determinar los sitios turísticos que se encuentran en una distancia y tiempo cercano al barrio San Marcos se ha realizado la comparación con la Zona 2 que corresponde al Centro Histórico de Quito, tomando en cuenta los atractivos turísticos más importantes, siendo la Plaza Grande, Iglesia de la Compañía de Jesús y por último la Iglesia de San Francisco. Por otro lado, para la Zona 1 se tomó en consideración los atractivos culturales que posee San Marcos.

**Tabla 25***Distancia de los Atractivos Culturales de San Marcos*

Nombre	Dirección	Atractivos Culturales		
		Plaza Grande	Iglesia de la Compañía de Jesús	Iglesia de San Francisco
Madera Noble	Junín E3-28 y Javier Gutiérrez, frente a la Plaza de San Marcos	900 m 11 min	950 m 11 min	1 km 13 min
	Junín E3-03 y Javier Gutiérrez, frente a la Plaza de San Marcos	850 m 10 min	900 m 11 min	1 km 12 min
Casa Taller Pinta Selva	Junín E2-186 y Javier Gutiérrez	850 m 10 min	900 m 11 min	1 km 12 min
	Junín E2-143 y Antonio Rosales	800 m 10 min	850 m 10 min	950 m 11 min
Museo de Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño	Junín y Luis Alfonso	700 m 9 min	750 m 9 min	900 m 11 min
	Ortiz Bilbao esquina	8 min	9 min	11 min
Museo Archivo de Arquitectura del Ecuador	Junín E1-81 y Luis Alfonso Ortiz Bilbao	750 m 9 min	800 m 10 min	900 m 10 min
	Junín Oe1-13 y Montúfar Sáenz esquina	550 m 7 min	600 m 7 min	650 m 8 min

*Nota.* En esta tabla se indica la distancia y tiempo que están los atractivos culturales de San Marcos en relación a los del Centro Histórico de Quito.

De este modo se puede identificar que el barrio San Marcos presenta una cercanía con los demás atractivos del Centro Histórico, sin embargo, no son visitados debido a que no manejan actividades de interés para los turistas y también no cuentan con los canales adecuados de comunicación y promoción. Por tal motivo, existe la necesidad de diseñar actividades culturales nocturnas de animación turística abarcando además estrategias de seguridad y promoción turística que se puedan implementar en el lugar.

## **Actividades Culturales Nocturnas de Animación Turística**

### ***Festivales Artísticos Culturales***

**Actividad 1: San Marcos Fest.** Este puede ser uno de los eventos que se llevará a cabo en el barrio San Marcos acompañados de música y danza ecuatoriana como aporte principal a la cultura y la animación de actividades turísticas, además se puede presentar una feria de artesanías y gastronomía típica.

#### ***Actividades de animación.***

- **Danza:** Conformado por grupos de danza y ballet folclóricos dando realce a la cultura de las regiones del Ecuador.

### **Figura 29**

#### ***Grupo de Danza***



*Nota.* En este gráfico se presenta a uno de los grupos de danza ecuatoriana. Tomado de Festivales de Danza, por Comunidad San Marcos, 2016.

- **Música:** Interpretado por varios artistas y grupos musicales ecuatorianos como los pasillos y las bandas de pueblo.

**Figura 30**

*Banda Musical*



*Nota.* Este gráfico presenta uno de los grupos de música llamado Los Catzos. Tomado de Música, por Calero, 2019.

- **Teatro y títeres:** Conformado por grupos de animación como el Grupo Cultural Quiteñísimo, acompañado de un montaje de las leyendas y tradiciones quiteñas con circo, títeres y malabares.

**Figura 31**

*Taller de Clown*



*Nota.* En este gráfico se puede visualizar a los miembros del grupo de teatro llamado Taller de Clown. Tomado de Teatro, por Casa Somos, 2019.

- **Recorrido cultural:** Se realiza un recorrido cultural e histórico con la explicación y observación de museos, talleres, sitios turísticos y culturales dentro del barrio San Marcos.
- **Arte:** Se realizan talleres de pintura, dibujo artístico, acuarela y fotografía.
- **Feria artesanal y gastronómica:** Se observa las distintas artesanías y manos de obra en cerámica, madera y telas conformadas por micro emprendedores así también se puede degustar de una feria de gastronomía ecuatoriana con diversos platos típicos.

**Participación y Apoyo.** Comité barrial San Marcos, Casa Somos, Museo Manuela Sáenz, Museo de la acuarela y dibujo Muñoz Mariño, Casa de la Danza, Madera Noble, La karakola, Museo de Arquitectura, Galería Sonia Rosales, Talleres de arte y artesanía, locales y restaurantes del barrio.

**Público.** Destinado a todo público de todas las edades incluyendo turistas nacionales y extranjeros.

**Lugar.** Este evento se puede llevar a cabo en la Plaza San Marcos en la calle Junín y también en la Casa Somos de la zona Manuela Sáenz.

**Actividad 2: Así somos los Quiteños.** Los Quiteños se caracterizan por su buen humor y la algarabía en celebrar cualquier festividad en donde la música, comida o bebidas son los principales personajes, además por su sal quiteña y frases características como “Aguanta un chance ve, no seas como la ..., la última y nos vamos”, “Vive, disfruta, total Chulla Vida”, entre otras.

**Animación.**

- **Piropos:** Mixta, las personas pueden escuchar y también participar en esta actividad.

- **Noche de Cine:** Contemplativa, los visitantes o turistas solo podrán ser espectadores.
- **Festival de Música Nacional:** Contemplativa, los turistas podrán disfrutar de los diferentes géneros musicales de artistas ecuatorianos.

**Descripción.** Esta actividad denominada “Así somos los Quiteños” consiste en un festival artístico en donde el objetivo es que las personas que visiten el barrio pueden disfrutar de pequeños eventos a lo largo de este lugar. Dentro de las actividades se puede encontrar:

- **Piropos:** A lo largo de la calle Junín se va a encontrar a personas vestidas de Chullas Quiteños, siendo los encargados de declamar los bellos piropos a la ciudad o a las mujeres que se encuentren en el lugar. También en la plaza de San Marcos se realizará un concurso de piropos, donde podrán participar tanto hombres como mujeres, el jurado estará conformado por moradores y personas de la directiva barrial.

Entre los piropos quiteños pueden destacar:

“Al pie del balcón florido, te canto esta serenata, yo quiero ser su marido, porque esta pasión me mata”.

“Al otro lado del río, te he de echar un silbidito, si escucha tu mamá, dirás que ha sido un pajarito”.

“Muñequito de mi vida, dueño de mi corazón, cada vez que tú me miras, se me sube la presión”.

## Figura 32

### *Chullas Quiteños*

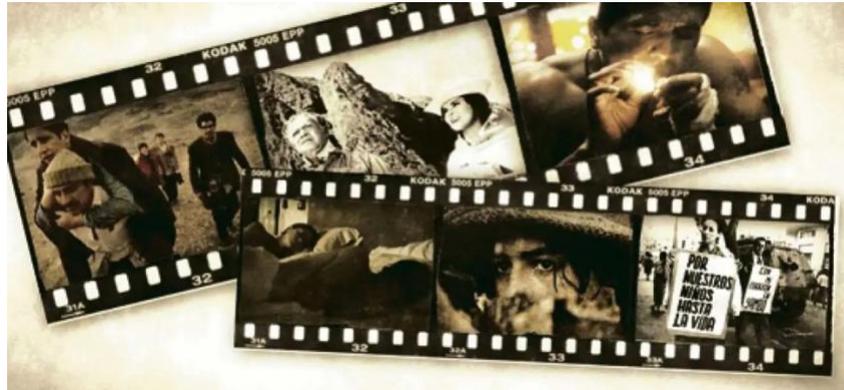


*Nota.* En este gráfico se puede observar a un grupo de Chullas Quiteños con su vestimenta característica. Tomado de Letra del Chulla Quiteño, por BRENPN, 2022.

- **Noche de Cine:** Esta actividad se realizará en diferentes lugares del barrio San Marcos como la Casa Cultural, Casa Somos, Museo Manuela Sáenz, entre otros. Al realizar esta actividad se tiene como objetivo el rescate y promoción de las películas ecuatorianas, además de cortometrajes animados que relacionen las leyendas de la ciudad.
  - **Comedia:** Dos para el Camino.
  - **Drama:** Silencio en la Tierra de los Sueños, A tus Espaldas.
  - **Comedia/Drama:** Qué tan lejos.
  - **Documental:** Con mi corazón en Yambo.
  - **Cortometrajes:** Cantuña y el Atrio de San Francisco, El Padre Almeida, La Capa del Estudiante, Gallo de la Catedral, La Casa 1028.

### Figura 33

#### *Cine Ecuatoriano*



*Nota.* En este gráfico se puede observar diferentes escenas de películas ecuatorianas.

Tomado de Cine Ecuatoriano, por Barreiros, 2019.

- **Festival de música nacional:** Para promocionar o promover la música nacional, se pondrá en lugares amplios tarimas en donde los artistas se puedan presentar y el público pueda disfrutar de los pasillos, san juanitos, pasacalle, danzante, entre otros. Los artistas que se presentarán son nacionales, además de personas que quieran demostrar su talento ante la comunidad de San Marcos.

### Figura 34

#### *Festival Nuestro Pasillo*



*Nota.* En este gráfico se puede visualizar a artistas ecuatorianas en el festival artístico Nuestro Pasillo organizado por la Casa de la Cultura. Tomado de Cultura, por Primicias, 2018.

**Lugar.** Este festival se llevará a cabo en el barrio San Marcos en diferentes espacios abiertos y cerrados, con la finalidad de que las personas no solo disfruten de estas actividades, sino que también conozcan los demás atractivos de este lugar como las galerías o restaurantes temáticos.

### ***Juegos Tradicionales***

**Actividad 3: Palo Ensebado/Castillo San Marcos.** Este juego tradicional del país no puede faltar en las fiestas populares o barriales, mismo que atrae a grandes o chicos a participar en esta actividad para conseguir diferentes premios.

**Animación.** El tipo de animación será mixta, debido a que los visitantes o turistas podrán participar en la actividad o solo ser espectadores, de igual forma podrán disfrutar de este juego tradicional.

#### ***Materiales.***

- Palo de madera de 5 a 10 metros
- Soporte Metálico
- Grasa o jabón
- Cuerda
- Colchonetas
- Premios

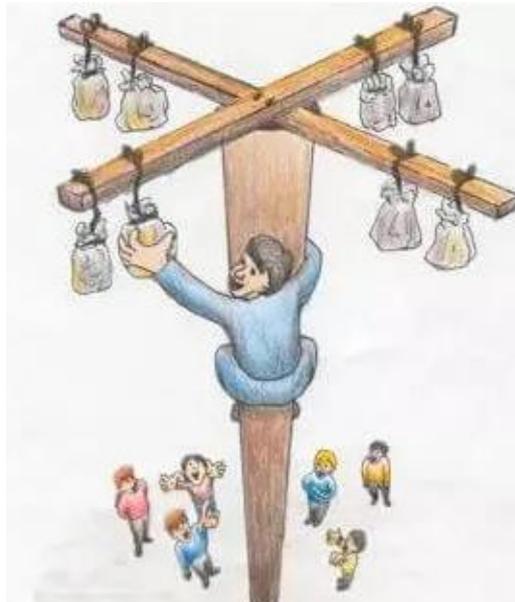
**Descripción.** Para el desarrollo de esta actividad se necesita un palo de cinco o diez metros de largo, este debe estar firme en el suelo, para lo cual se va a necesitar un soporte o base metálico con el fin de no dañar el lugar en donde se realizará este juego. Por otro lado, en la punta del palo deben colocarse los premios, estos pueden ir desde alimentos, juguetes, licores, entre otros., estos van a variar, dependiendo del tipo de participantes. También se debe ensebar al palo, sea con grasa u otro material como el jabón con la finalidad de dificultar el ascenso de las personas hacia los premios, para

precautelar la seguridad de los participantes se colocarán colchonetas en el piso y así evitar accidentes.

Así mismo este juego se lo puede acompañar con música de bandas de pueblo para el disfrute de todas las personas.

### Figura 35

#### *Palo Ensebado*



*Nota.* En este gráfico se puede observar cómo es la dinámica del juego palo ensebado.

Tomado de Juegos tradicionales, por YEX.com, 2020.

**Instrucciones.** Para el orden de los participantes se realizará un sorteo.

- **Participación Individual**

- Cada participante intentará subir usando su fuerza en manos, piernas y pies. No se permite otro objeto que usen como ayuda.
- Si la persona se resbala y toca el piso, debe dar paso al otro concursante. Debe tener en cuenta que tendrá tres intentos para volver a subir al palo.
- Si el participante toca algún premio será declarado como ganador y por ende recibirá ese premio.
- **Adicional:** Si todas las personas han participado y no han obtenido los premios, se dará la opción de que formen grupos para continuar con el juego.

- **Participación Grupal**

- Se formarán grupos de tres a cinco personas, las mismas que deben organizarse para subir al palo.
- No se aceptan objetos adicionales para ayudarse en la subida, todo debe ser a través de medios físicos.
- Los grupos tienen tres intentos para alcanzar los premios, después deben dar paso a los demás participantes.

**Lugar.** Esta actividad se puede llevar a cabo en la Plaza de San Marcos, lugar popular para los lugareños debido a su amplio espacio y luminaria adecuada, además de la pileta e Iglesia que se encuentran en ese lugar. Así mismo se pueden encontrar atractivos a su alrededor, entre ellos Madera Noble, Casa Taller Pinta Selva, Casa de la Danza, Casa Taller Sonia Rosales, entre otros.

**Figura 36**

*Plaza San Marcos*



*Nota.* En este gráfico se puede visualizar la Plaza de San Marcos. Tomado de Barrio San Marcos, por Guía aventuras, 2018.

**Actividad 4: La Rueda.** Este juego popular antiguo se cree que su origen remonta a la antigua Grecia, para posteriormente en los siglos XIX ser popular en Europa.

**Animación.** Mixta, los visitantes o turistas podrán participar en la actividad o solo ser espectadores.

**Materiales.**

- Aro o llanta de bicicleta
- Palo de madera, varilla o vara de metal

**Descripción.** Este juego tradicional se lleva a cabo utilizando un aro o rueda de bicicleta, también se pueden utilizar mangueras convertidas en ruedas. Para dar el impulso a las ruedas deben utilizar una guía que en este caso puede ser un palo, una varilla o una vara de metal, esta debe tener una curva en forma de U al final, ya que con esto las personas que empujan la rueda van a poder controlar su dirección y velocidad.

De igual forma las personas que participen en esta actividad van a desarrollar agilidad, coordinación y equilibrio.

**Figura 37**

*Juego de la Rueda*



**Nota.** En este gráfico se puede observar cómo es el juego de la rueda y los materiales que se utilizan. Tomado de Juegos, retos y competencias con palos o varas, por Todos a jugar, 2016.

**Instrucciones.**

- Se realizarán varias carreras dependiendo de los participantes (niños, jóvenes, adultos y adultos mayores).
- Los participantes partirán desde la calle Junín por el Museo Manuela Sáenz y la llegada será en la Plaza de San Marcos.
- Las personas serán descalificadas si empujan la rueda con sus manos y no con la guía en un trayecto de la carrera.
- El ganador de cada una de las carreras recibirá premios otorgados por los auspiciantes de la misma, que pueden ser de establecimientos turísticos o de la directiva barrial.

**Lugar.** Esta carrera se la puede realizar en la calle Junín, calle principal del barrio San Marcos, desde el Museo Manuela Sáenz, siguiendo su trayecto hasta la Plaza de San Marcos en donde se puede acompañar esta actividad con grupos musicales del mismo barrio.

**Figura 38**

*Calle Junín*



*Nota.* En este gráfico se puede visualizar la calle Junín en la noche. Tomado de San Marcos, por Comunidad San Marcos, 2016.

### ***Recorrido Nocturno de Animación Turística***

#### **Actividad 5: San Marcos Tour.**

**Descripción.** Para el desarrollo de esta actividad se necesita principalmente puntos claves que puedan señalar la historia de la época colonial quiteña trasladando así al turista a ser parte del papel que interpretan diferentes personajes en este caso se puede contemplar la historia famosa de amor que guarda el barrio San Marcos con respecto al libertador Simón Bolívar y la libertadora Manuela Sáenz.

#### **Figura 39**

*Representación de la época*



**Nota.** Este gráfico representa una de las dramatizaciones de la época de Manuela Sáenz y Simón Bolívar. Tomado por Quiteñísimo UIO, 2019.

**Lugar.** Museo Manuela Sáenz y casas coloniales.

## Figura 40

### San Marcos



*Nota.* Este gráfico representa una de las vistas nocturnas del barrio San Marcos. Tomado de San Marcos, por Municipio de Quito, 2020.

**Participación y apoyo.** Se realizará una animación mixta es decir contemplativa y participativa porque los turistas podrán observar la dramatización de la época colonial con la representación de los protagonistas de la interesante historia de la “Libertadora del Libertador” un ejemplo de luchadores de la patria y sobre todo de la independencia del Ecuador. Los visitantes podrán participar en diferentes relatos y dramatizaciones como parte del desarrollo de la animación turística.

**Público.** Turistas nacionales y extranjeros.

### **Degustaciones Gastronómicas**

#### **Actividad 6: Feria Gastronómica San Marcos.**

**Descripción.** En esta actividad se puede diseñar una feria gastronómica contemplando las comidas típicas del Ecuador como la fritada, el hornado, papas con cuero, guatita, llapingacho, tortillas con caucara, colada morada, por otro lado, también están los

dulces tradicionales como los pristiños, buñuelos, higos con queso, dulce de guayaba, las colaciones, entre otros.

**Objetivo.** Dar a conocer a los turistas la cultura gastronómica del Ecuador a través de la degustación de varios platos típicos.

**Público.** Apto para todo público, turistas nacionales y extranjeros.

**Lugar.** Calle Junín en el barrio San Marcos.

#### Figura 41

##### *Feria Gastronómica*



*Nota.* Esta imagen representa una de las ferias gastronómicas realizadas en Quito. Tomado de Gastronomía, por Quito Informa, 2021.

## Presupuesto

**Tabla 26**

*Presupuesto de las Actividades*

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Fuente de Financiamiento</b>	<b>Detalle</b>	<b>Presupuesto Referencial</b>
San Marcos Fest	Actividades de animación turística cultural como danza, música, teatro, recorridos culturales, arte, feria artesanal y gastronómica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipio de Quito</li> <li>• Autoridades y Directiva del barrio San Marcos</li> <li>• Casa San Marcos</li> </ul>	Contratación de grupos de artistas musicales, bandas, grupos de danza, teatro, guías, artesanos o micro emprendedores y asociaciones de comidas típicas.	\$1000,00 - \$2000.00
Festival “Así somos los Quiteños”	Actividades artísticas y culturales para promover el turismo y reactivar la economía local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianza con Casa Somos</li> </ul>	Contratación de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de logística y comunicación para la ejecución de las actividades (cine, festival de música).</li> <li>• Artistas o grupos requeridos (musicales).</li> <li>• Sistema de amplificación.</li> <li>• Mobiliario.</li> </ul>	\$600,00 - \$1000,00

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Fuente de Financiamiento</b>	<b>Detalle</b>	<b>Presupuesto Referencial</b>
Juego Tradicional: Palo encebado/castillo San Marcos	Juego tradicional para el rescate de la identidad ecuatoriana.	Auspicio de los establecimientos turísticos del barrio (restaurantes, hoteles, establecimientos culturales).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición de los materiales o recursos a ocuparse en la actividad. Además de los premios para los participantes.</li> <li>• Contratación de una banda de pueblo vinculada a la cultura quiteña.</li> </ul>	\$100,00 - \$300,00
Juego Tradicional: La Rueda	Juego tradicional para la difusión y promoción cultural y el fortalecimiento de la identidad de San Marcos.	Alianzas estratégicas con: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artesanos de San Marcos</li> <li>• Directiva barrial</li> <li>• Casa Somos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición de los materiales o recursos a ocuparse en la actividad como accesorios para la decoración de la calle Junín.</li> </ul>	\$100,00 - \$300,00
San Marcos Tour	Recorridos nocturnos de animación cultural turística dentro del barrio San Marcos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Casa Somos</li> <li>• Directiva del barrio San Marcos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de personajes que interpretan la época colonial o guías turísticos.</li> </ul>	\$200,00
Feria Gastronómica San Marcos	Varios puestos de comida típica representando la gastronomía propia de nuestro país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipio de Quito</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación de asociaciones de comidas típicas ecuatorianas.</li> </ul>	\$2000,00 - \$3000,00

*Nota.* En esta tabla se indica el presupuesto de las actividades dentro de la propuesta.

## Estrategias

Tabla 27

*Estrategias Seguridad y Promoción Turística*

Estrategias	Objetivo	Acciones	Responsable	Tiempo
<b>Seguridad</b>	Brindar seguridad social e integral tanto a la comunidad como a los turistas nacionales y extranjeros para disminuir los niveles de peligro y riesgo dentro del barrio San Marcos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer un convenio junto con la UPC del barrio San Marcos y las autoridades o directiva para de esta manera evitar la delincuencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Policía Comunitaria</li> <li>• Directiva del Barrio San Marcos</li> <li>• Moradores y dueños de establecimientos turísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 días</li> </ul>

<b>Estrategias</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Promoción Turística</b>	Establecer mecanismos de comunicación que ayuden a la difusión de información turística del barrio San Marcos de sus atractivos y actividades artísticas culturales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Descripción de las actividades culturales y/o servicios que los establecimientos turísticos ofertan en páginas web o redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Directiva del Barrio San Marcos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>8 días</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Incorporar elementos audiovisuales actuales como fotos o videos de San Marcos en las páginas oficiales de San Marcos como lo son “Barrio San Marcos”, “Barrio San Marcos Centro Histórico de Quito”, etc.</li> <li>Diseñar material publicitario digital para la difusión de las actividades o eventos artísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propietarios de los establecimientos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4 días</li> <li>15 días</li> </ul>

*Nota.* En esta tabla se puede visualizar las estrategias en dos puntos clave tras la investigación.

## Conclusiones

Las actividades culturales como los festivales nocturnos, recorridos urbanos, eventos temáticos, han tomado mayor relevancia en el ámbito turístico, debido a que la comunidad o en contextos de éxitos los barrios buscan que el turista o visitante se inserte en dicha localidad y puedan participar y conocer la identidad cultural del lugar logrando así que se forme un vínculo entre la actividad turística, el turista y la cultura local.

Los barrios para conseguir un crecimiento económico han visto al turismo como una oportunidad, por lo que para aprovechar los recursos que poseen y así crear servicios turísticos han creado diferentes factores de éxito como estrategias encaminadas a la promoción y rehabilitación de estos espacios, además de la implementación de actividades recreativas.

En el diagnóstico de los resultados de las encuestas se determinó que los que más visitan el barrio San Marcos son de la localidad, turistas nacionales por lo que el estudio de las actividades de animación turística va a enfocado a este segmento junto a la prestación y contratación de servicios de animación para establecimientos turísticos que implementen las actividades culturales.

Se establecieron actividades de animación turística dentro de la propuesta de investigación de acuerdo a las entrevistas realizadas como los recorridos de museos e iglesias, festivales de música y danza, teatro, relatos de leyendas, eventos nocturnos, juegos tradicionales y degustaciones gastronómicas, estos se determinaron con el fin de incrementar y promover la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

### **Recomendaciones**

Las actividades turísticas culturales que se ofrezcan en los barrios por los establecimientos turísticos deben estar diseñadas según las tipologías de los grupos que visiten esa localidad, además de ser variadas dependiendo de las necesidades de los turistas potenciales como de los nuevos consumidores.

Los barrios para seguir con su desarrollo turístico y económico deben innovar en los servicios y también deben crear planes actuales con diferentes factores de éxito que les permita crear nuevos espacios de esparcimiento, estrategias y proyectos de promoción cultural y fortalecimiento de la identidad local.

Es necesario estudiar el enfoque del segmento donde se aplicará la propuesta porque de esta manera se obtendrá la participación activa por parte de los turistas al momento de realizar las diversas actividades de animación turística cultural en establecimientos y sitios relevantes del barrio San Marcos.

Es importante elaborar y ejecutar más proyectos y propuestas de investigación para mejorar y reactivar el turismo especialmente en el barrio San Marcos con la implementación de actividades de animación turística cultural nocturnas que fomenten la participación y seguridad tanto de turistas como de establecimientos.

## Bibliografía

- Abreu, P. (2018). *¿Y cuándo llega la noche que?: La Animación Turística Nocturna*.  
<https://www.entornoturistico.com/animacion-turistica-nocturna/#:~:text=La%20Animación%20Tur%3%ADstica%20Nocturna%20hace,a%20sus%20intereses%20y%20anhelos>
- Acuña, M. (2011). *Técnicas de Animación Turística*.  
<https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/51-tc3a9cnicas-de-animacic3b3n-turistica.pdf>
- Albuquerque, F. (2004). Desarrollo Económico Local Y Descentralización en América Latina. *CEPAL*, 157-171.  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10946/082157171\\_es.pdf?sequence](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10946/082157171_es.pdf?sequence)
- Alvarez, F. (2018). *Diseño de Programa de Animación Turística para Establecimientos de Hospedaje de la parroquia Bahía de Caráquez Cantón Sucre, Provincia de Manabí*. [Tesis de fin de Grado, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. Repositorio Institucional. <https://1library.co/document/6qmdp44q-programa-animacion-turistica-establecimientos-hospedaje-parroquia-caraquez-provincia.html>
- Arencibia, C., Hernández, J., & Robaina, Y. (2017). *Ficha técnica del ciclo. Competencia General del Ciclo de Animación Sociocultural y Turística*.  
<https://docplayer.es/4652420-Ficha-tecnica-del-ciclo-competencia-general-del-ciclo-de-animacion-sociocultural-y-turistica.html>
- Arias, C. (2015). *Las Teorías del Desarrollo Local*. [Tesis de fin de Grado, Universidad de la Coruña]. Repositorio Institucional.  
[https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/16364/AriasPerez\\_Cristian\\_TFG\\_2015.pdf?sequence=2](https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/16364/AriasPerez_Cristian_TFG_2015.pdf?sequence=2)
- Bautista, M. (2016). Perspectivas de generación de productos turísticos a partir del patrimonio cultural: el caso de la ciudad de Bogotá (Colombia). *Scielo*(31).

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-90362016000200009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200009)

Beltrán, B. (2015). Eventos artísticos son parte de la oferta cultural de la Velada Libertaria.

*El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/veladalibertaria-ofertacultural-actividades-quito-programacion.html>

Canaves, L. (2021). *Investigación Científica Según Profundidad-Objetivos de una*

*Investigación*. <https://institutoclaret.cl/wp-content/uploads/2021/07/3°-E.M.-Taller-de-Investigación-Investigación-por-Profundidad-Objetivos.pdf>

Codina, L. (2020). Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas

utilizando bases de datos académicas. *Ediciones Universidad de Salamanca*, 11(2), 139-153. <https://scielo.isciii.es/pdf/orl/v11n2/2444-7986-orl-11-02-139.pdf>

Consejo Nacional de Cultura y las Artes. (2015). *Guía Metodológica para Proyectos y*

*Productos de Turismo Cultural Sustentable*. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>

Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008).

[https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)

Delgadillo, V. (2009). Patrimonio urbano y turismo cultural en la Ciudad de México: Las

chinampas de Xochimilco y el Centro Histórico. *Scielo*, 6(12).

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-00632009000300004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632009000300004)

Dot Jutglà, E. (2019). Mutación del espacio económico a partir de la actividad turística: El

caso de los barrios El Poblenou y Sants en Barcelona (2005-2016). *Cuadernos de Turismo*(43), 271-300.

<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/70641/1/document%20%2873%29.pdf>

Ecuador Turismo y Misterio. (2022).

ESATUR. (2018). *Patrimonio Cultural: Concepto y Tipos*.

<https://esaturservicios.com/patrimonio-cultural/>

Editorial Etecé. (2021). *Tipos de investigación*. <https://concepto.de/tipos-de-investigacion/>

- Frías, R., González, M., & Espinosa, R. (2017). *Aspectos teóricos sobre el proceso de animación turística*. <https://silo.tips/download/fundamentos-generales-sobre-el-turismo>
- García, M., Martínez, C., Martín, N., & Sánchez, L. (2021). *La entrevista*. [http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86\\_entrevistapdfcopy.pdf](http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf)
- Gentile, M. (2019). *Manifestaciones culturales: origen, características, tipos, ejemplos*. <https://www.lifeder.com/manifestaciones-culturales/>
- Grande, J. (2001). Análisis de la oferta de turismo cultural en España. *Estudios Turísticos*(150), 15-40. [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/87321.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/87321.pdf)
- Gómez, F. (2021). *La animación sociocultural*. <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/animacion-sociocultural>
- Guías Ecuador. (2016). *Barrio San Marcos*. <https://guiasecuador.wixsite.com/2016/barrio-san-marcos>
- Hipólito, N., Sánchez, I., Fernández, S., & Gutiérrez, M. (2020). Animación sociocultural y gestión comunitaria. Experiencia de participación entre Universidad y barrio. *Res, Revista de Educación Social*(31). [https://eduso.net/res/wp-content/uploads/2020/10/tema\\_exp\\_natalia\\_res\\_31.pdf](https://eduso.net/res/wp-content/uploads/2020/10/tema_exp_natalia_res_31.pdf)
- Instituto Público Quito Turismo. (2021). *Datos Estadísticos de la Actividad Turística en el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito en Cifras: <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/>
- Ley Orgánica de Cultura. (30 de Diciembre de 2016). [https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2\\_LEY\\_ORGANICA\\_DE\\_CULTURA\\_julio\\_2017.pdf](https://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/2017/08/a2_LEY_ORGANICA_DE_CULTURA_julio_2017.pdf)
- Ley de Patrimonio Cultural. (19 de Noviembre de 2004). [http://www.patrimonio.quito.gob.ec/images/lotaip2015/enero/ley\\_patrimonio\\_cultural.pdf](http://www.patrimonio.quito.gob.ec/images/lotaip2015/enero/ley_patrimonio_cultural.pdf)

Londoño, D. (2001). *El barrio ... ¿Una dimensión incomprendida?*

<https://www.google.com/url?q=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4897850.pdf&sa=D&source=docs&ust=1652983721483523&usg=AOvVaw27BZqnZikRxKeTRzPeRmnC>

López, C. (2016). La Animación Turística. *Inventa Turismo*.

<https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/50-la-animacion-turistica-doceditado.pdf>

Los Ladrillos de Quito. (2019). Pensionado Borja 2 y Colegio Santo Domingo de Guzmán (Antiguo Colegio Alemán):

<https://losladrillosdequito.blogspot.com/2019/01/pensionado-borja-2-y-colegio-santo.html>

Madueño, A. (2020). *Paradigmas teóricos de la Animación Sociocultural*.

<https://www.aulafacil.com/cursos/pedagogia/monitor-de-animacion-sociocultural/paradigmas-teoricos-l20525>

MIDUVI. (2016). *Revitalización del Centro Histórico de Quito*.

[https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/CHQ\\_2016\\_18\\_01\\_2016.pdf](https://www.habitatyvivienda.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/CHQ_2016_18_01_2016.pdf)

Monclús, C. (2014). *Las Actividades Culturales como Herramienta de Transformación Social y Personal*.

[https://www.academia.edu/10858446/LAS\\_ACTIVIDADES\\_CULTURALES\\_COMO\\_HERRAMIENTA\\_DE\\_TRANSFORMACIÓN\\_SOCIAL\\_Y\\_PERSONAL](https://www.academia.edu/10858446/LAS_ACTIVIDADES_CULTURALES_COMO_HERRAMIENTA_DE_TRANSFORMACIÓN_SOCIAL_Y_PERSONAL)

Ochoa, O., & Gómez, R. (2014). Propuesta para el diseño de la política turística en Morelia desde la perspectiva del desarrollo local. Una comparación con Santiago de Compostela. En D. Ayala, & J. Hidalgo, *El Desarrollo Local en Construcción. Aplicaciones y experiencias*.

[https://www.researchgate.net/publication/301693196\\_El\\_Desarrollo\\_Local\\_en\\_Construccion\\_II\\_Aplicaciones\\_y\\_experiencias](https://www.researchgate.net/publication/301693196_El_Desarrollo_Local_en_Construccion_II_Aplicaciones_y_experiencias).

Ordenanza Metropolitana 143. (28 de Marzo de 2005). *Ordenanza reformativa a la ordenanza metropolitana No. 095 del nuevo régimen del suelo, que regula el uso y protección del espacio público del Centro Histórico de Quito*. [Consejo Metropolitano de Quito].:

[http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-143%20-%20NUEVO%20REGIMEN%20DEL%20SUELO.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-143%20-%20NUEVO%20REGIMEN%20DEL%20SUELO.pdf)

Ordenanza Metropolitana 260. (10 de Junio de 2008). *La ordenanza metropolitana en la que se incorpora un título al libro segundo del código municipal, referente a las áreas y bienes patrimoniales*. [Consejo Metropolitano de Quito]:

[http://www.patrimonio.quito.gob.ec/images/lotaip2017/enero/Ord\\_Met\\_0260.pdf](http://www.patrimonio.quito.gob.ec/images/lotaip2017/enero/Ord_Met_0260.pdf)

Pinassi, C., & Ercolani, P. (2012). Turismo Cultural en el Centro Histórico de Bahía Blanca (Argentina). Análisis y propuestas para su desarrollo turístico - recreativo. *Turismo Sociedad*, 145-169.

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/3396/3083>

QuestionPro. (2021). *¿Qué es una encuesta?* QuestionPro:

<https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>

Quito Cultura. (2017). *Quito la experiencia de la Cultura*. <https://quitocultura.com>

Quito Eterno. (2017). *Quito Eterno*. <https://quitoeterno.org>

Quito Tour Bus. (2021). *22 cosas imperdibles que hacer en Quito*.

<https://quitotourbus.com/que-hacer-en-quito/blog>

Quito Turismo. (2021). *Quito, Patrimonio Vivo*. <https://www.quito-turismo.gob.ec/news/quito-patrimonio-vivo/>

Ramos, P., & Terrazas, A. (2021). *Los Centros Históricos como espacios para el desarrollo territorial: Nuevas propuestas desde un enfoque integral*.

<https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n9/e6.html>

Requena, B. (2020). *Estadística Descriptiva*. Universo Formulas:

<https://www.universoformulas.com/estadistica/descriptiva/>

Ribadeneira, M. (2019). *Quito: la cultura late en el barrio de San Marcos*.

<https://www.iberiaplusmagazine.iberia.com/articulos/2017/7/arte-quito/>

SERNATUR. (2014). *Turismo Cultural una Oportunidad para el Desarrollo Local*.

[https://sustentabilidad.sernatur.cl/pluginfile.php/225/mod\\_page/content/3/Gu%C3%A1Da.Proyecto-Chile-México-1.pdf](https://sustentabilidad.sernatur.cl/pluginfile.php/225/mod_page/content/3/Gu%C3%A1Da.Proyecto-Chile-México-1.pdf)

Sacramento, O. (2017). Espacios y tiempos de transnacionalización de la intimidad en un contexto turístico brasileño. *Revista de Antropología Social*, 26(1), 145-163.

<https://www.redalyc.org/pdf/838/83851421007.pdf>

Salas, D. (2019). *El enfoque mixto de investigación: algunas características*.

<https://investigaliacr.com/investigacion/el-enfoque-mixto-de-investigacion/>

Santa Cruz, D., Ojalvo, V., & Velasteguí, E. (2019). Desarrollo local: conceptualizaciones, principales características y dimensiones. *Ciencia Digital*, 3(2), 319-335.

<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/download/353/907/>

Sánchez, J. (2019). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*.

<https://gobblersmasticadores.wordpress.com/2019/09/21/metodos-cientificos-de-indagacion-y-de-construccion-del-conocimiento/>

Tesis y Másters. (2021). *15 tipos de investigación y sus características*.

<https://tesisymasters.com.co/tipos-de-investigacion/>

UNAH Seminario. (2015). *Tipo de investigación*.

<https://seminarioinvestigacionfarmacia.wordpress.com/2015/05/05/unidad-1-tema-2-tipo-de-investigacion/>

UNESCO. (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000142919\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000142919_spa)

UNESCO. (2005). *Culturas originarias: integración y desarrollo de nuestra diversidad*.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000161307>

Varisco, C. (2008). Turismo y Desarrollo Económico Local. *Redalyc. Aportes y*

*Transferencias*, 12(1), 126-148. <https://www.redalyc.org/pdf/276/27615334007.pdf>

Velázquez, M., & Balslev, H. (2020). Turismo de la noche: la economía de la experiencia íntima. *Hospitalidad ESDAI*, 81-101.

[https://www.researchgate.net/publication/343080537\\_Turismo\\_de\\_la\\_noche\\_la\\_economia\\_de\\_la\\_experiencia\\_intima](https://www.researchgate.net/publication/343080537_Turismo_de_la_noche_la_economia_de_la_experiencia_intima).

