



El turismo experiencial como factor de desarrollo turístico. Caso de estudio: el barrio de Guápulo

Vásquez Castro, Cynthia Salomé

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

Ing. Vargas Zurita, Jessica Alejandra MA.

1 de septiembre del 2021

Original

Document Information

Analyzed document	TESIS_VASQUEZ CYNTHIA Urkund docx (D111834198)
Submitted	8/30/2021 3:27:00 PM
Submitted by	
Submitter email	biblioteca@espe.edu.ec
Similarity	2%
Analysis address	ibiblioteca.GDC@analysis.orkund.com



JESSICA
ALEXANDRA
VARGAS ZURITA

Sources included in the report

W	URL: https://docplayer.es/211942069-Departamento-de-ciencias-economicas-administrativas-y-de-comercio.html Fetched: 8/13/2021 2:04:51 AM		5
W	URL: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/20530/1/T-ESPEL-ITH-0109.pdf Fetched: 11/21/2019 10:14:03 PM		1
W	URL: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/15959/1/68991_1.pdf Fetched: 6/21/2021 2:18:28 AM		2
SA	Tesis Guápulo Jijón-Terán.docx Document Tesis Guápulo Jijón-Terán.docx (D59772035)		11
W	URL: https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6437/1/T2745-MELA-Tanai-Practicas.pdf Fetched: 8/30/2021 3:28:00 PM		3
W	URL: http://192.188.51.77/bitstream/123456789/17122/1/69670_1.pdf Fetched: 12/2/2020 3:46:22 PM		1
W	URL: https://docplayer.es/91516936-Universidad-tecnica-del-norte-facultad-de-ciencias-administrativas-y-economicas-carrera-de-ingenieria-en-turismo.html Fetched: 4/25/2021 6:13:50 AM		1
SA	Tesis Maria Jose.docx Document Tesis Maria Jose.docx (D88654147)		2
W	URL: http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19064/1/T-UCE-0004-CAG-112.pdf Fetched: 5/17/2021 3:33:02 AM		1
W	URL: https://docplayer.es/210298818-Departamento-de-ciencias-economicas-administrativas-y-de-comercio.html Fetched: 8/30/2021 3:28:00 PM		1
W	URL: http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13041/1/T-ESPE-057208.pdf Fetched: 7/3/2021 6:11:18 AM		1



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “El turismo experiencial como factor de desarrollo turístico. Caso de estudio: el barrio de Guápulo” fue realizado por la señorita Vásquez Castro, Cynthia Salomé la cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto, cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 27 de agosto de 2021

Firma:



Docente: Ing. Vargas Zurita, Jessica Alejandra MA.

C. C 1717870230



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo, **Vásquez Castro, Cynthia Salomé**, con cédula n°1719953240, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“El turismo experiencial como factor de desarrollo turístico. Caso de estudio: el barrio de Guápulo”**, es de mi 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, 27 de agosto de 2021

Firma

.....
Vásquez Castro, Cynthia Salomé
C.C.: 1719953240



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DEL COMERCIO**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo **Vásquez Castro, Cynthia Salomé**, con cédula de ciudadanía n°1719953240, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **“El turismo experiencial como factor de desarrollo turístico. Caso de estudio: el barrio de Guápulo”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 27 de agosto de 2021

Firma

.....
Vásquez Castro, Cynthia Salomé

C.C.: 1719953240

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación lo dedico a todas las personas que me han acompañado y apoyado incondicionalmente durante esta etapa de estudios.

En primer lugar, quiero dedicar este logro al universo y a la vida, por darme fuerzas y motivación para seguir adelante y culminar mis estudios universitarios.

A mi padre Jaime Vásquez y a mi madre Gloria Castro, las personas más importantes de mi vida, por su inmenso amor, por ser mi ejemplo de superación y por sus enseñanzas que me han permitido ser una mejor persona.

A mi hijo perruno Sam por su amor sincero y compañía a lo largo de este proceso.

A mí numerosa familia que con todo su cariño, apoyo y confianza en mí han estado pendientes de que cumpla mis objetivos personales y profesionales.

A la ESPE, por brindarme el soporte institucional y acogerme en sus instalaciones mientras duró mi vida universitaria.

A mi mágico e incomparable barrio de Guápulo, el lugar que vio nacer y crecer a gran parte de mi familia, en donde llevo viviendo más de 10 años y que con total certeza y orgullo afirmo que tiene mucho que aportar al turismo en el Ecuador.

Cynthia Vásquez

Agradecimiento

Al Universo y a la vida por alinear las circunstancias de forma perfecta para que este día tan especial al fin llegue.

A mi padre Jaime Vásquez y a mi madre Gloria Castro, gracias por darme la oportunidad de estudiar, por enseñarme a confiar en mí, tomar mis propias decisiones y por todos sus esfuerzos.

A mis amigas Arita Anangón y Lesly Cueva les agradezco por su amistad, comprensión y apoyo durante todos estos años.

A mi hermano Wilman, gracias por su apoyo, por motivarme a ir tras mis sueños y sobre todo por este sueño que ya se ha hecho realidad.

A mi novio Klisman de la Cruz, mejor amigo, gracias por tu amor, tu compañía y tus palabras de aliento que me impulsaron a conseguir esta meta.

A mi tutora de tesis Ing. Jessica Vargas, por la paciencia y el tiempo invertido para que este trabajo haya salido adelante.

Al barrio de Guápulo, principalmente a las autoridades, a los representantes de los establecimientos y atractivos que tuve la oportunidad de conocer y entrevistar, gracias por su colaboración para lograr llevar a cabo este trabajo de titulación, me sentiría totalmente satisfecha cuando la investigación haya dado resultados favorables.

Cynthia Vásquez

ÍNDICE	
Hoja de resultados de la herramienta Urkund	2
Certificado del director	3
Responsabilidad de autoría	4
Autorización de publicación	5
Dedicatoria	6
Agradecimiento	7
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	13
Resumen ejecutivo	15
Abstract	16
Introducción	17
Importancia del proyecto	17
Formulación del problema	18
Relación entre objetivos y el diseño de investigación	18
Objetivo general	18
Objetivos específicos	18
Implicaciones teóricas y prácticas del estudio	19
CAPITULO I MARCO TEÓRICO	20
Teorías de soporte	20
Teoría del desarrollo local	20
Teoría del Sistema	22
Turismo experiencial	24
Marco referencial	27
Marco Legal	31
Marco conceptual	38
CAPÍTULO II MARCO METODOLÓGICO	41
Enfoque de investigación	41
Tipología de investigación	41
Por su finalidad	41

Por las fuentes e información	41
Por las unidades de análisis: In Situ	42
Por el alcance: Descriptivo	42
Instrumentos de recolección de información	42
Procedimiento para recolección y análisis de datos	43
Población y muestra	43
CAPÍTULO III	52
Micro entorno	52
Historia de Guápulo	52
Dimensión territorial y superestructura	52
Dimensión Social	54
Dimensión ecológica	55
Dimensión económica	57
Dimensión Cultural	57
Resultados	59
Infografía del perfil del visitante	89
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN	91
Entrevistas dirigidas a las autoridades:	91
Entrevistas dirigidas a los responsables de los establecimientos turísticos del barrio de Guápulo	92
Dimensión Territorial y superestructura	92
Dimensión Social	102
Dimensión Económica	106
Dimensión Ecológica	109
Dimensión Cultural	111
CAPITULO V PROPUESTA	114
Desarrollo de la propuesta	114
Identificación y caracterización de los establecimientos y atractivos turísticos	115
Iglesia de Nuestra Señora de Guápulo- Plaza - Museo Fray Antonio Rodríguez	115
Ananké	116

Iglesia San Francisco de Asís	117
Café Arte Guápulo	117
Ceviches de Guápulo	118
Glamping Killari María	119
Hacienda San Marcos	120
Heladería D'VERITAS	121
Los nachos de Goyito	122
Quinta Huasipungo	122
Tren al cielo	123
Líneas estratégicas para el fortalecimiento turístico del barrio de Guápulo	124
Estrategia 1	125
Estrategia 2	127
Estrategia 3	131
Estrategia 4	134
Estrategia 5	138
CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	142
Conclusiones	142
Recomendaciones	143
Referencias	145

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Diferencias entre el turismo convencional y turismo experiencial.....	25
Tabla 2	Lista de especies de flora registradas en Guápulo	56
Tabla 3	Género del visitante	59
Tabla 4	Edad del visitante	60
Tabla 5	Estado civil.....	62
Tabla 6	Nivel de educación	63
Tabla 7	Ocupación.....	64
Tabla 8	Ingresos mensuales	65
Tabla 9	Frecuencia de visita	66
Tabla 10	Compañía	67
Tabla 11	Medio de transporte	68
Tabla 12	Lugar de procedencia	70
Tabla 13	Lugar de procedencia extranjera	70
Tabla 14	Provincia.....	71
Tabla 15	Actividades turísticas.....	73
Tabla 16	Atractivos turísticos.....	74
Tabla 17	Establecimientos turísticos de alimentos y bebidas	76
Tabla 18	Tipo de alojamiento	77
Tabla 19	Gasto de los visitantes.....	78
Tabla 20	Grado de satisfacción	79
Tabla 21	Conocimiento de la inclusión de los barrios emergentes de San Francisco de Miravalle Alto y Bajo en el barrio de Guápulo	80
Tabla 22	Nivel de apreciación acerca del trabajo de las autoridades del Turismo en Quito	81
Tabla 23	Nivel de importancia para los visitantes del barrio de Guápulo de que los establecimientos sigan criterios sostenibles y responsables con el medio ambiente	82
Tabla 24	Vías de acceso	83
Tabla 25	Señalética	84
Tabla 26	Transporte público	85
Tabla 27	Seguridad.....	86
Tabla 28	Redes sociales	87
Tabla 29	Recomendación del lugar por parte de los visitantes del barrio de Guápulo.....	89
Tabla 30	Dimensiones para el turismo experiencial en base al modelo del sistema turístico de Molina y a las dimensiones del desarrollo local en el barrio de Guápulo	114
Tabla 31	Planteamiento de estrategias	124
Tabla 32	Presupuesto impresión de mapeo del lugar	127
Tabla 33	Presupuesto para plan de promoción y difusión turística	130

Tabla 34	Presupuesto impresión de misión y visión.....	134
Tabla 35	Presupuesto para conformar una asociación.....	137
Tabla 36	Capacitaciones a trabajadores de la actividad y a la comunidad.....	138
Tabla 37	Alternativas en base al propósito de viaje y al nivel de experiencialidad para los atractivos y establecimientos	139
Tabla 38	Presupuesto de capacitación en tema de turismo experiencial	140
Tabla 39	Resumen presupuesto	141

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Dimensiones del Desarrollo	22
Figura 2 Modelo del Sistema Turístico de Molina	24
Figura 3 Necesidades del viajero	26
Figura 4 Mapa base de Guápulo	52
Figura 5 Género del visitante del barrio de Guápulo.....	60
Figura 6 Edad del visitante del barrio de Guápulo.....	61
Figura 7 Estado civil del visitante del barrio de Guápulo.....	62
Figura 8 Nivel de educación del visitante del barrio de Guápulo	63
Figura 9 <i>Ocupación del visitante del barrio de Guápulo</i>	65
Figura 10 Nivel de ingresos mensuales del visitante del barrio de Guápulo.....	66
Figura 11 Frecuencia de visita de los visitantes del barrio de Guápulo.....	67
Figura 12 Acompañamiento de los visitantes del barrio de Guápulo.....	68
Figura 13 Medio de transporte usado para dirigirse al barrio de Guápulo	69
Figura 14 Lugar de procedencia de los visitantes del barrio de Guápulo	70
Figura 15 País de procedencia de los visitantes del barrio de Guápulo	71
Figura 16 Provincia de procedencia de los visitantes del barrio de Guápulo.....	72
Figura 17 Actividades de interés para los visitantes del barrio de Guápulo.....	74
Figura 18 Atractivos que conocen los visitantes del barrio de Guápulo	75
Figura 19 Establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que conocen los visitantes del barrio de Guápulo	76
Figura 20 Alojamiento de preferencia para los visitantes del barrio de Guápulo	78
Figura 21 Gasto de los visitantes del barrio de Guápulo	79
Figura 22 Opinión de la hospitalidad de los moradores por parte de los visitantes del barrio de Guápulo	80
Figura 23 Conocimiento de la inclusión de los barrios emergentes de San Francisco de Miravalles Alto y Bajo en el barrio de Guápulo.....	81
Figura 24 Nivel de apreciación acerca del trabajo de las autoridades del Turismo en Quito, el Cabildo de Guápulo y la comunidad por parte de los visitantes del barrio de Guápulo.....	82
Figura 25 Nivel de importancia para los visitantes del barrio de Guápulo de que los establecimientos sigan criterios sostenibles y responsables con el medio ambiente	83
Figura 26 Percepción sobre las vías de acceso por parte de los visitantes del barrio de Guápulo.....	84
Figura 27 Percepción sobre la señalética por parte de los visitantes del barrio de Guápulo	85
Figura 28 Percepción sobre el transporte público por parte de los visitantes del barrio de Guápulo.....	86

Figura 29 Percepción sobre la seguridad por parte de los visitantes del barrio de Guápulo	87
Figura 30 Redes sociales de preferencia para recibir información de las actividades turísticas para los visitantes del barrio de Guápulo.....	88
Figura 31 Recomendación del lugar por parte de los visitantes del barrio de Guápulo ...	89
Figura 32 <i>Infografía del perfil del visitante</i>	90
Figura 33 Santuario de Guápulo	115
Figura 34 Bar, restaurante y pizzería ANANKÉ.....	116
Figura 35 Iglesia San Francisco de Asís	117
Figura 36 Balcón Café Arte Guápulo	118
Figura 37 Ceviches de Guápulo	118
Figura 38 Glamping Killari María.....	119
Figura 39 Pesca deportiva en la Hacienda San Marcos	120
Figura 40 Heladería D'VERITAS	121
Figura 41 Los nachos de Goyito	122
Figura 42 Quinta Huasipungo	123
Figura 43 Tren al cielo.....	123
Figura 44 Mapa turístico de Guápulo	125
Figura 45 Propuesta de Facebook.....	128
Figura 46 Propuesta de Instagram	128
Figura 47 Propuesta de Tik Tok.....	129
Figura 48 Propuesta de sitio Web.....	129
Figura 49 Misión.....	131
Figura 50 Visión.....	131
Figura 51 Valores	132
Figura 52 Propósito.....	132
Figura 53 Logo de Guápulo	133

Resumen

La presente investigación se enfocó en identificar la factibilidad del turismo experiencial, mediante las dimensiones de la teoría de desarrollo local y de sistema turístico, con la finalidad de diseñar líneas estratégicas que impulsen el desarrollo turístico del barrio de Guápulo. La primera etapa del estudio analizó el modelo del sistema turístico de Molina y la teoría del desarrollo local, al enlazar las dimensiones, variables e indicadores se obtuvo como resultado las siguientes dimensiones: territorialidad y superestructura, social, económica, ecológica y cultural. También se consideró a los propósitos de viaje y niveles de experiencialidad del turismo experiencial. La segunda etapa indica que el estudio se enmarcó en la metodología de investigación descriptiva de tipo mixto, se recurrió a las fuentes de información primaria y secundaria, fue una investigación in situ ya que se tuvo contacto con los actores. Para recabar información se diseñó un cuestionario de entrevista y un cuestionario de encuesta, éste último de forma virtual. En la tercera etapa de resultados se pudo conocer la gestión actual respecto al turismo y determinar el perfil del visitante. La propuesta fue diseñar un mapeo del lugar, redes sociales y sitio web, crear la filosofía corporativa, conformar una asociación entre los actores de la actividad turística del barrio y diseñar programa de capacitación en turismo experiencial. Finalmente, se concluyó la existencia de potencial turístico para el desarrollo del turismo experiencial, pero también se evidenció la falta de articulación sobre la información turística entre las autoridades, los establecimientos y la comunidad.

- Palabras clave:

- **DESARROLLO**
- **TURISMO EXPERIENCIAL**
- **GESTIÓN**
- **GUÁPULO**

Abstract

This research focused on identifying the feasibility of experiential tourism, through the dimensions of local development theory and the tourism system, in order to design strategic lines that promote tourism development in Guápulo's neighborhood. The first stage of the study analyzed the model of Molina tourism system and local development theory, by linking the dimensions, variables and indicators, the following dimensions were obtained: territoriality and superstructure, social, economic, ecological and cultural. Travel purposes and experiential levels of experiential tourism were also considered. The second stage indicated that the study was framed in the descriptive research methodology of a mixed type, it was resorted to primary and secondary information sources, was an in situ research since there was contact with the stakeholders. To gather information an interview questionnaire and a survey questionnaire were designed, the latter virtually. In the third stage of results, it was possible to know the current management regarding tourism and determine the visitor's profile. The proposal was to design a mapping of the place, social networks and website, create the corporate philosophy, form an association between the stakeholders of the neighborhood's tourism activity and design a training program in experiential tourism. Finally, the existence of tourism potential for the development of experiential tourism was concluded, but there was also evidence of the lack of articulation on tourist information between authorities, establishments and the community.

- Keywords:
- **DEVELOPMENT**
- **EXPERIENTIAL TOURISM**
- **MANAGEMENT**
- **GUÁPULO**

Introducción

Importancia del proyecto

La actividad turística en el Ecuador representa más del 2% del PIB por lo cual es una actividad económica y un sector muy importante, al cual se debe dar mayor énfasis para la reactivación económica del país, luego de la crisis y de la emergencia sanitaria por el COVID-19. La visión para el año 2030 es posicionar al Ecuador en la región como un destino turístico inclusivo, accesible, sostenible, competitivo e innovador, haciendo del turismo un elemento clave para el desarrollo sustentable social y económico, su crecimiento debe ser a través de incrementar la oferta de producto, destinos y servicios turísticos competitivos con un enfoque de sostenibilidad e incrementar el turismo interno y receptor (Ministerio de Turismo, 2019).

El barrio de Guápulo se encuentra ubicado en la provincia de Pichincha, cantón Quito, parroquia Itchimbía y es parte de la Administración zonal Norte Manuela Sáenz, es considerado un barrio bohemio debido al turismo nocturno que se puede realizar en los establecimientos de alimentos y bebidas del Camino Orellana. Es uno de los lugares con más antigüedad de la ciudad de Quito, aún se conserva en el sector tradiciones, cultura e historia, su gente es amable y vive la organización barrial. Como atractivos más reconocidos resaltan la Iglesia de nuestra señora de Guadalupe, el Museo Fray Antonio Rodríguez y el Mirador de Guápulo.

Aun teniendo un gran potencial la escasa gestión para el desarrollo turístico en el barrio de Guápulo ha provocado una percepción de inseguridad, desinterés para visitar el lugar, poca motivación o a su vez una baja afluencia de visitantes dejando que el lugar sobreviva turísticamente por instinto, a pesar de que el complejo religioso de Guápulo se encuentra dentro del espacio turístico correspondiente a la Zona Especial Turística La Mariscal.

Además, no se establece un producto específico al cual se pueda motivar a la gente a conocer, sin el producto no se puede atraer a la demanda. La investigación está encaminada al estudio de técnicas y herramientas que permitan un desarrollo de las manifestaciones y necesidades del ser humano, tomando en cuenta las interacciones de los sistemas sociales, económicos y naturales para responder a las necesidades relacionadas con la seguridad de la sociedad. Por lo que los resultados del estudio ayudarán a crear una mayor participación comunitaria, mayor interés por visitar el barrio e incentivar el desarrollo de los nuevos emprendimientos turísticos.

Esta investigación recopilara información actual sobre la gestión de los establecimientos turísticos y de la percepción de los visitantes de Guápulo a partir de una entrevista y encuesta respectivamente que respondan a preguntas encaminadas a las dimensiones territorial y superestructura, social, económica, ecología y cultural. En base a

la información obtenida se orientará a futuras estrategias que se deberían acoplar en el barrio con un enfoque en común y con los actores trabajando hacia un objetivo claro.

Formulación del problema

¿El turismo experiencial permite el desarrollo turístico en el barrio de Guápulo?

Relación entre objetivos y el diseño de investigación

Objetivo general

- Identificar la factibilidad del turismo experiencial, mediante las dimensiones de la teoría de desarrollo local y de sistema turístico, con la finalidad de diseñar líneas estratégicas que impulsen el desarrollo turístico del barrio de Guápulo

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación turística actual del barrio, a través de fuentes secundarias para fundamentar la potencialidad del turismo experiencial.
- Recopilar información, a través de la aplicación de encuestas y entrevistas, para conocer la relación de los actores del poder local, los establecimientos turísticos y los moradores del barrio.
- Establecer el perfil del turista potencial, a través del modelo de Desarrollo local y del Sistema Turístico de Molina, para que los establecimientos turísticos tengan un enfoque práctico.
- Proponer líneas estratégicas, a partir de los resultados obtenidos, para mejorar el desarrollo turístico del barrio.

Implicaciones teóricas y prácticas del estudio

La presente investigación se basa en la fundamentación teórica, que toma en cuenta las características del barrio de Guápulo para poder desarrollar el turismo experiencial para lograr un desarrollo local, teniendo en cuenta la teoría del desarrollo local y de sistema turístico de Sergio Molina. Con este enfoque se logra involucrar a la comunidad a partir de las teorías planteadas para potencializar los recursos y atractivos que existen, desarrollar el sentido de pertenencia y fomentar la participación para brindar una experiencia de calidad y enriquecedora a los turistas. El turismo experiencial está teniendo una gran acogida con productos desarrollados en países alrededor del mundo como por ejemplo El viaje al romanticismo en Molinos de reyes en México, reviviendo la historia de amor entre Lolita y Joaquín. A largo plazo esta modalidad permite crear o mejorar emprendimientos a nivel de país, aportando a la diversificación de la oferta y satisfaciendo a la demanda del turista post pandemia que busca experiencias y viajes inmersivos, memorables, auténticos y únicos. Esta investigación busca verificar si el desarrollo turístico del barrio de Guápulo es factible mediante una modalidad distinta como lo es el turismo experiencial.

En base a la fundamentación práctica se refiere a que las autoridades públicas y privadas gestoras de regular la actividad turística en el barrio tomen conciencia de la importancia de trabajar hacia un objetivo en común que beneficie a todos los actores involucrados. La aplicación de actividades enfocadas al turismo experiencial dentro del barrio permitirá mejorar la calidad de vida de la comunidad, y aprovechar los recursos, los atractivos culturales, naturales y la gastronomía del lugar. Este lugar se encuentra dentro de la ZET (Zona Especial Turística) conjuntamente con el centro histórico de Quito por lo que se ubica dentro de la capital del Ecuador, esto es una gran ventaja para obtener resultados favorables y que se puedan aplicar las estrategias propuestas en esta investigación.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

Teorías de soporte

Teoría del desarrollo local

La teoría a ser utilizada en el presente trabajo es la Teoría del desarrollo local, ya que es un proceso de cambio estructural y potencialmente de crecimiento que posee una dimensión territorial definida que en este caso es el barrio de Guápulo. En la actualidad y debido a la evolución social la economía de experiencias es algo tangible y con claro crecimiento en el mundo, es por esto que surgen nuevas modalidades turísticas a medida que avanza el desarrollo del entorno y de la demanda, los visitantes y turistas buscan experimentar sensaciones y emociones y es por eso que sugiere el turismo experiencial como factor de desarrollo turístico para el barrio a ser estudiado.

La Teoría de Desarrollo local, como noción general de desarrollo implica la búsqueda y materialización de unas condiciones y calidad de vida óptimas de la población (Aguilar, E. et ál., 2007, p. 13). Pero no es hasta la década de los noventa que se incluyen tres nuevos conceptos al mencionado carácter endógeno y aparecen casi indisolubles al desarrollo local. Estos conceptos son los de equidad, sustentabilidad y planificación participativa (Aguilar, E. et ál., 2007, p. 28). El Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (El Salvador) los define como: “el proceso de generación de capacidades a nivel comunitario y municipal que promueve el crecimiento económico, social y político de las personas y las comunidades, en forma autosostenida, creciente, equitativa y respetuosa del medio ambiente, en el que los gobiernos municipales juegan un papel de facilitadores, mientras sus comunidades ejercen el papel protagonista” (Di Pietro, 2001: 21-22).

La equidad supone que el desarrollo sea igualitario en tres sentidos: el primero internamente en el ámbito local de aplicación generando riqueza para la mayoría o todos, el segundo externamente, siendo las políticas de desarrollo solidarias y crecer con las demás entidades sin rivalidad y el tercero es globalmente en el que las políticas tienen que aplicarse en los países pobres del tercer mundo. La sustentabilidad hace referencia a que este desarrollo debe satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer de ninguna forma las capacidades de las generaciones futuras, siendo perdurable en el tiempo y respetando los recursos naturales que son los físicos, sociales y culturales. Y una mayor participación que debe ser tanto de los agentes sociales como del conjunto de la sociedad en general (Aguilar, E. et ál., 2007, p. 30).

Además, la teoría del desarrollo local permite formar sistemas de innovación local, generalistas y temáticos, para crear sinergias que repercutan favorablemente en el desarrollo local basado en el conocimiento y la innovación. Pero esto no puede lograrse sin apoyarse en el desarrollo tecnológico, la posibilidad de desarrollo del turismo de una

zona está en la creatividad (ideas nuevas) y la posible conversión en un recurso + servicio = producto turístico mediante el proceso de innovación (Aguilar, E. et ál., 2007, p. 233).

Es fundamental tomar en cuenta el rol que desempeñan las PYMES'S en el desarrollo turístico local, las distintas categorías de PYMES'S involucradas son tanto las que cumplen: actividades turísticas directas, actividades semi turísticas y actividades residentes. Es por esto que la gestión local apuesta a incrementar el número de turistas hacia el destino, y denota la participación de los empresarios de las "actividades residentes", las cuales son comercios minoristas de alimentos, de ropa, supermercados, transporte público, etc (Güidi, 2016, p.14).

El enfoque de desarrollo local desde abajo se preocupa por satisfacer las necesidades básicas de la población dando realce a los emprendimientos productivos, mejora del empleo, mejora a la distribución del ingreso, sustentabilidad ambiental y calidad de vida (Albuquerque, FLACSO Andes, 2003, p.17).

Esta teoría permite que el barrio de Guápulo pueda estructurar estrategias para alcanzar un desarrollo local en base al factor del turismo experiencial, lo cual permita mejorar su oferta turística, incrementar la demanda y mejorar la calidad de vida de la comunidad. Las principales dimensiones que fundamentan el proceso de desarrollo local son: la dimensión territorial, social, económica, ecológica y cultural.

Modelo del Desarrollo Local.

No existe un solo modelo de desarrollo, no es un estado determinado, más bien es un concepto voluble y totalmente subjetivo. El nuevo concepto de desarrollo menciona que la economía no debe incrementar su volumen para que la sociedad esté más desarrollada. El modelo se basa en 5 dimensiones, a continuación, se identifican las características de cada dimensión:

La dimensión territorial permite promover el equilibrio territorial, fortalecer la gobernabilidad y autonomía de los territorios y explotar de manera responsable los recursos, a través de la gestión local conociendo los límites geográficos, vivienda, agua y alcantarillado, entre otros en el sector de Guápulo, esto permite tener un relación directa con la dimensión social ya que permite mejorar la cohesión y la igualdad, mejorar la calidad de vida y respetar los derechos humanos, a través de las variables de formas de organización, educación y tecnología, la dimensión económica tiene una relación con todas las dimensiones ya que permite generar actividad económica y distribuir la riqueza, conociendo la rentabilidad de los negocios de comercio y la capacidad productiva del sector, la dimensión cultural fomenta el respeto a la multiculturalidad, defensa de la cultura propia y garantizar el acceso universal a la cultura, a través de la identidad y el patrimonio cultural donde se establecen los atractivos y finalmente la dimensión ecológica permite evitar la contaminación, respetar el medio natural y tener un desarrollo sostenible

en el tiempo, conociendo los criterios de recursos en el sector de Guápulo en orografía, hidrografía, flora y fauna y en sus atractivos (Ventura, 2015).

Figura 1

Dimensiones del Desarrollo



Nota. El gráfico representa las dimensiones del Desarrollo. Tomado de Modelos Alternativos de Desarrollo 1/4 – Definición de Desarrollo y críticas al modelo vigente por Ventura, J., 2015.

Teoría del Sistema

Para comprender de mejor manera entenderemos el concepto de sistema como “Es un grupo de elementos que, aunque actúan de formas autónomas se enlazan e interrelacionan de manera lógica y ordenada, en conjunto con un plan objetivo común para obtener resultados satisfactorios” (Guerrero, P. y Ramos, R., 2014, p.62).

Un sistema, para ser completo, debe tener:

- Medio ambiente (lugar en el que se encuentra el sistema)
- Unidades (las partes del sistema)
- Relaciones (entre las unidades del sistema)
- Atributos (cualidades de las unidades y del propio sistema)
- Input (lo que entra al sistema)
- Output (lo que sale del sistema)
- Feedback (un control del sistema para que lo mantenga funcionando correctamente)
- Modelo (un diseño que facilite su comprensión)

BENI (2000) definió Sistema de Turismo (SISTUR) como “un conjunto de procedimientos, ideas y principios, ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística como un todo”. De esta forma permite

sintetizar toda la amplitud y complejidad del turismo y demostrar las relaciones entre los subsistemas inmersos.

Con un enfoque en la investigación el pensamiento sistémico del turismo se basa en cuatro teorías fundamentales de Sistemas: la primera es la Teoría General de Sistemas de Von Bertalanffy, la Teoría de Sistemas Dinámicos de Forrester, la Teoría de Sistemas Complejos de Rolando García y la Teoría de Sistemas Funcionales de Luhmann (Vázquez Ramírez, 2013).

Dentro de los modelos sistémicos del turismo se encuentran los modelos tradicionales que relacionan la oferta y la demanda turística propuesta por Boullón en 1991, el destino emisor y el destino receptor propuesto por Acerenza en 1999 o el modelo integrado por la superestructura, la demanda, la comunidad receptora, los atractivos, el equipamiento e instalaciones, y la infraestructura propuesto por Sergio Molina en 1991 y es el modelo con el que se trabajara en esta investigación.

Según (Varisco, 2013) el sistema turístico ha sido utilizado en diversas investigaciones con el fin de analizar la actividad turística y describir la situación del turismo en un lugar determinado desde diferentes perspectivas, concibiendo al turismo como una serie de elementos relacionados entre sí para lograr un mismo fin.

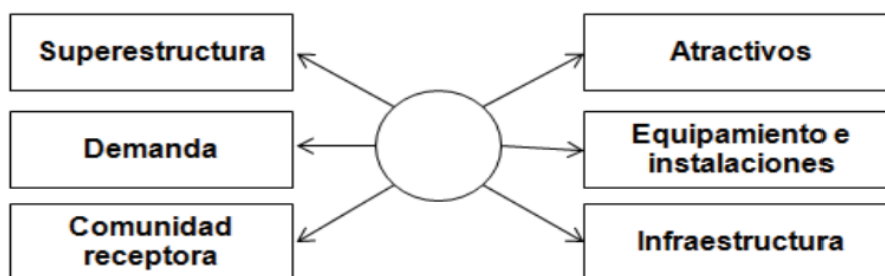
Modelo del Sistema Turístico de Sergio Molina.

Para (Molina, 1997) el estudio sistemático del turismo está poco desarrollado en América Latina. Desde su punto de vista el turismo es un sistema formado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para lograr un objetivo común y este se clasifica como sistema abierto, debido a que establece relaciones de input y output (entrada y salida) con el medio ambiente en el que se encuentra.

Las partes o subsistemas que forman el sistema propuesto por Molina son: la superestructura, la comunidad receptora, la demanda, el equipamiento y las instalaciones, los atractivos y la infraestructura, estas se pueden enlazar con las dimensiones del modelo de desarrollo local. Los subsistemas tienen como objetivos: Contribuir a la evolución integral de los individuos y de los grupos de individuos, promover el crecimiento y el desarrollo económico y social, y proporcionar descanso y diversión (Panoso, A. y Lohmann, G., 2012).

Figura 2

Modelo del Sistema Turístico de Molina



Nota. El gráfico representa el Modelo del Sistema Turístico de Sergio Molina. Tomado de Teoría del turismo. Conceptos, modelos y sistemas, 2012, p. 28.

Turismo experiencial

Según Walter Lema, Consultor, Capacitador y Especialista en educación y turismo experiencial, “El turismo experiencial es un modelo de diseño y oferta de servicios turísticos, organizados a partir de un propósito de viaje, que resulta trascendente para el viajero” (AIAE, 2020).

Cumplen 2 condiciones:

- Las emociones placenteras o displacenteras se viven en un nivel de intensidad elevado.
- Tiene un aprendizaje significativo que genera un cambio, varía en función de las características de la experiencia y del aprendizaje (AIAE, 2020).

El cambio se genera a partir de un insight “darnos cuenta” por lo que genera un punto de vista diferente sobre la manera de percepción de lugares, del entorno o hasta de uno mismo. No es una nueva categoría dentro de la industria del turismo, es absolutamente transversal, se considera más bien un nuevo paradigma o modelo de lo que ya existe y puede aplicarse en cualquier forma del turismo (AIAE, 2020).

Las perspectivas generales de un repunte en 2021 parecen haber empeorado. Cuando sea que se reanude la actividad turística, el grupo de expertos de la OMT prevé un incremento de la demanda de actividades turísticas de naturaleza y aire libre, con un creciente interés por el turismo interno y las experiencias de “viajes lentos”, viajes como fuente de inspiración y conocimiento, viajes con sentido que aporten algo al desarrollo personal del turista, búsqueda de actividades saludables y viajes familiares que incluyen varias generaciones (UNWTO, 2021). Para las provincias cercanas y sobre todo quienes viven cerca de Quito, el barrio de Guápulo puede llegar a ser una muy buena opción para impulsar el turismo interno.

Zurab Pololikashvili, Secretario General de la OMT menciona que "Esta crisis nos da la oportunidad de replantearnos cómo ha de ser el sector turístico y su aportación a las personas y al planeta; la oportunidad de que, al reconstruirlo, el sector sea mejor, más

sostenible, inclusivo y resiliente, y que los beneficios del turismo se repartan extensamente y de manera justa" (UNWTO, 2020).

El cambio de paradigma en el turismo experiencial hace referencia al comparar el perfil del viajero ya que actualmente ya no se conforma, sino que sale a la búsqueda de experiencias auténticas y originales, a partir de las cuales se sienta renovado, enriquecido, genere un cambio, una nueva comprensión del mundo, que refuercen su sentido de identidad y tienen como en líneas generales un sentido más trascendente, no es simplemente ir a un lugar y hacer una actividad El turismo experiencial proporciona un cambio innovador en el contenido del producto turístico (AIAE, 2020).

Tabla 1

Diferencias entre el turismo convencional y turismo experiencial

TURISMO CONVENCIONAL	TURISMO EXPERIENCIAL
Se basa en destinos y actividades	Se basa en experiencias
Propone objetivos que viaje ¿Qué hacer? ¿A dónde ir?	Propone motivos para el viaje ¿Para qué?
Involucran necesidades del plano emocional e intelectual	Involucran necesidades del plano espiritual
Las actividades y servicios son estandarizados	Las experiencias son únicas y personales
Las actividades las crea el prestador de servicios sin intervención del turista	Las experiencias se crean en la interacción del viajero con el lugar, con las actividades y con la gente que lo acompaña.
Las actividades comienzan cuando el turista arriba al destino y concluyen cuando se retira.	La experiencia comienza con las actividades propuestas antes del inicio de su viaje y concluyen con las actividades que se proponen luego del regreso a su ciudad de origen.
Entre el viajero y el destino se da un proceso de intercambio	Entre el viajero y el destino se da un proceso transformacional
El turista siente que está de "paso" por el lugar	El viajero se siente parte del lugar que visita
El viaje tiene un efecto "pasajero"	El viaje tiene un efecto perdurable
Un mismo destino o actividad se viven de manera similar	Una misma experiencia es vivida siempre de manera diferente porque las circunstancias cambian, el viajero cambia, el grupo cambia, etc.

Nota. La tabla representa las diferencias entre el turismo convencional y turismo experiencial. Tomado de Diferencias entre un Turismo experiencial transformacional y un Turismo convencional, Lema, W., 2017.

Propósitos de viaje.:

- Integración familiar (fortalezca o contribuya)
- Mejorar el vínculo padre/hijo matrimonio (adolescente)
- Reforzar o construir identidad
- Crear nuevas relaciones (conectar con gente con las mismas búsquedas)
- Expandir la conciencia (relación a la vida, al mundo a uno mismo)
- Equilibrar emociones
- Aportar respuestas

- Buscar inspiración (AIAE, 2020).

El Turismo Experiencial o Turismo de las Experiencias, se presenta como la propuesta mejor alineada para responder a estas demandas. Es un turismo que impacta vidas y tiene un sentido de contribución a la humanidad (AIAE, 2020).

Figura 3

Necesidades del viajero



Nota. La figura representa las necesidades del viajero. Tomado de Asociación Internacional de Aprendizaje Experiencial, Lema, W., 2020.

Niveles de experiencialidad.

Recreativo (sentir)

Educativo (pensar)

Transformacional (actuar)

Terapéuticos (resistir al cambio) (AIAE, 2020).

Valores

Participación activa

Libertad

Iniciativa propia

Responsabilidad (AIAE, 2020).

El viajero es partícipe y co creador asume riesgos, toma decisiones y afrontar consecuencias y es en el contexto donde el aprendizaje significativo tiene lugar. Lo más interesante es que el viajero puede escoger un lugar por lo trascendente, es decir que en una primera instancia no elegiría el destino, pero lo hace por el propósito y por el aprendizaje que conlleva como por ejemplo realizar actividades de aventura. Es una enorme oportunidad para el desarrollo turístico, de un emprendimiento, de un negocio y de un destino. Es la posibilidad de conectar los talentos que uno tiene para ofrecer con la gente que lo necesita porque permite un encuentro trascendente. Se genera un vínculo

entre el prestador y el viajero, entre la comunidad y el viajero y se enriquecen mutuamente (AIAE, 2020).

Marco referencial

Para la realización del proyecto se tomó en cuenta las siguientes investigaciones previas con información relevante acerca de la variable dependiente (Desarrollo turístico) y la variable independiente (Turismo experiencial), estas han sido estudiadas a nivel mundial, nacional y local en el barrio de Guápulo, lugar del caso de estudio.

Las nuevas tendencias en la industria han propiciado la aparición y el crecimiento de la oferta de turismo urbano de experiencias a las que dan respuesta los barrios “destino turístico” (Henche, B. y Carrera, E., 2017).

En un mundo estandarizado y globalizado, el turista amante de nuevas experiencias busca algo insólito, diferente y exclusivo, que únicamente se encuentre en aquel destino concreto que se visita de forma expresa (Henche, B., 2017).

Como se afirma en el estudio Marca Turística y Movie Maps, “el observador, durante la acción de mirar, está comparando lo que ve con los modelos perceptivos adquiridos en su anterior experiencia cultural, prestando más atención a lo nuevo y desconocido que a lo obvio y familiar” (Gubern, 2003, como se citó en Hellín, P. y Puche, S., 2009, p.144). De tal forma que estas percepciones pueden incitar y condicionar la posterior visita de experiencia turística a los lugares “reconocibles”, pero exhibidos y percibidos de un modo más atractivo, diferente e “inédito”.

En el artículo “Sociedad del ensueño y cambios en la actividad turística” (2013) realizado en la ciudad de Coruña, España, el tema del turismo experiencial en el documento de Leira Landeira, se puede considerar en base a las ideas expresadas por Rolf Jensen en su teoría de la Dream Society, presente en su obra de 1999 *The Dream Society: How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*, menciona que:

En un siglo en que la sociedad está marcada por la ciencia y el racionalismo, por los análisis y el pragmatismo, viene el análisis simbólico a ocupar la posición más elevada de la sociedad, es aquí, precisamente, donde las emociones, las historias y las narrativas, los valores retornan al escenario (2013, p.88).

De esta forma los turistas buscan vivir emociones diferentes por lo que “el mercado de los sueños y las sensaciones reemplazará gradualmente al mercado basado en la realidad de la información o productos tangibles”. Entre las conclusiones más importantes se encuentra que el mercado turístico cada vez es más competitivo e internacionalizado por lo tanto deberán satisfacer las nuevas necesidades y deseos de los visitantes, y el nuevo perfil de turista desea satisfacer sus necesidades espirituales buscando vivir experiencias únicas que enriquezcan su desarrollo personal.

En el artículo “Asocianismo, redes y marketing en la transformación hacia el turismo experiencial. El caso del barrio de Las Letras. Madrid” (2017) Se menciona que el sector del Turismo Experiencial está en un proceso de transformación hacia unos productos y servicios centrados en la creación de experiencias y en la interacción con el turista de forma más directa, humana y personalizada. Al integrar aspectos como la cultura y las tradiciones del lugar, el turista se siente inmerso en su forma de vida. Sobre la base de las tradiciones y el patrimonio cultural, las pequeñas empresas pueden, a través de la organización, la colaboración social y el emprendimiento, transformar los espacios en una zona floreciente para el turismo y el comercio. La estructura de red de emprendedores y creación de la asociación y marca permiten la creación de un sello de calidad e identificativo de determinados destinos turísticos, que sirva para calificar y distinguir a diferentes zonas de los cascos históricos de las ciudades, además de poner en valor el patrimonio histórico (material e inmaterial), cultural y social de dichos barrios. Las nuevas tendencias en la industria han propiciado la aparición y el crecimiento de la oferta de turismo urbano de experiencias a las que dan respuesta los barrios “destino turístico”. La metodología utilizada es la de redes sociales, para obtener la información se tomó en cuenta las fuentes primarias, secundarias y los instrumentos de encuesta y entrevista con un cuestionario estructurado. Entre las conclusiones más importantes se encuentra que el desarrollo de un lugar requiere de actividades y estrategias de marketing de experiencias generadas por una red colaborativa en la que están implicados los comerciantes, emprendedores y artistas (Henche, B. y Carrera, E., 2017).

En el proyecto “Turismo experiencial, creativo y transformador, con un enfoque de género.” Cataluña, España (2019). El mercado de las experiencias turísticas se encuentra al alza y las posibilidades de crecimiento son altas. La nueva demanda considera al turista como un agente proactivo que se involucra en las actividades que realiza en el destino. Turistas inquietos y ávidos por vivir experiencias únicas y singulares que se conviertan en una fuente de distinción durante sus viajes, suponiendo verdaderas “transformaciones personales”. Por lo tanto, se pretende articular una oferta de turismo experiencial, sostenible, creativo y transformador. La metodología utilizada es un análisis DAFO, análisis del mercado y competencia para desarrollar una propuesta basada en los tres ejes estratégicos de sostenibilidad: creatividad, vertiente transformadora y enfoque de género. Entre las conclusiones más importantes se encuentra que las actividades y experiencias turísticas se incluyen cada vez más en una mayor parte de la demanda de este mercado (Llopis, 2019).

En el artículo “Turismo experiencial y gestión estratégica de recursos patrimoniales: un estudio exploratorio de percepción de productos turísticos en las Sierras Subbéticas cordobesas. Andalucía, España” (2015) Las nuevas estrategias de los destinos turísticos requieren no sólo de la intervención de los sectores económicos y agentes locales

directamente implicados, sino también y cada vez más del consenso y de una cierta implicación de la comunidad, y también es necesario actuar de forma voluntarista construyendo productos novedosos, diferenciales y a ser posible únicos, que permitan posicionarse de manera eficaz en el mercado. La cadena de valor dependerá de la capacidad de sus gestores de saber crear, mantener y potenciar de forma sistemática y continua. Cada vez se busca más la generación de valor añadido con el fin de que el turista perciba que el producto turístico o el destino en su conjunto sea capaz de ofrecerle nuevas y enriquecedoras experiencias turísticas y, en consecuencia, le resulte atractivo para adquirirlo y quede satisfecho con el mismo. La metodología utilizada es el Mapa emocional turístico a través de encuestas a los visitantes y usuarios, y entre las conclusiones más importantes se encuentra que el paisaje es percibido por el visitante con un lugar de valor y atractivo turístico y por los agentes locales como un factor de calidad de vida, de desarrollo y sobre todo de identidad territorial (Rivera, M., 2015).

En el artículo “El turismo comunitario desde el enfoque experiencial: una forma de participación del turista con las comunidades locales” Ecuador (2019), se debe tomar en cuenta al turismo comunitario como un medio de desarrollo en los ámbitos social, ambiental y económico de forma local, que promueve la participación de la comunidad local en todo el proceso de desarrollo de la actividad turística. Este tipo de turismo permite experiencias a los visitantes con un contacto con las comunidades y su forma de vida. La metodología utilizada es el modelo de Pine y Gilmore (1998) para el diseño de experiencias por la dimensión de participación del turista (activa o pasiva) y la dimensión del grado de conexión del consumidor con el entorno (absorción e inmersión). Como conclusión los centros turísticos comunitarios en el país ofrecen actividades relacionadas con la cultura, naturaleza, gastronomía y agroturismo y las experiencias que se proporcionan se clasifican en estéticas, educativas, escapistas y de entretenimiento, están divididas en los centros comunitarios de la región Sierra, Costa y Amazonía (Hernández, y otros, 2019).

En el proyecto “Prácticas de poder local en el barrio de Guápulo”. Quito, Ecuador. (2018) Es importante comprender la reconfiguración de los poderes locales en el barrio de Guápulo, a partir de las intervenciones de instituciones estatales a causa de las cuales se ven alteradas las prácticas cotidianas de los habitantes, y entender la relación del poder entre actores locales, Municipio y Estado. El barrio se organiza con el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Comisiones municipales, entre ellas la EMPOP, EMAP, AMT, Comisión de Cultura, etc., Administraciones zonales, Cabildo barrial y los Representantes sectoriales. Para la obtención de la información se utilizó fuentes primarias, secundarias y el uso del instrumento de la entrevista. Entre las conclusiones más importantes se encuentra que los mayores problemas son el tráfico vehicular que se dio como medida del Municipio para dinamizar el tráfico hacia los Valles utilizando la vía

central de Guápulo, de igual forma la gentrificación del Valle de los Chillos y Cumbaya tiene repercusiones ya que los espacios han sido tomados por las instituciones estatales para nuevos usos sociales dirigidos al turismo bohemio que están orientado a un público externo, la relación está dada por los poderes locales como representantes de la sociedad y por otro lado el Municipio como el representante del Estado (Tanai, 2018).

En el proyecto “Plan de desarrollo turístico Histórico-Cultural de Guápulo” (2013) Se puede evidenciar una evaluación de los atractivos del territorio, la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado con información verídica. En la metodología de la investigación consta de una caracterización de la parroquia de Guápulo, cronología de la construcción del templo, celebraciones, oficios y ocupaciones antiguas, juegos tradicionales, comidas típicas, leyendas y además se recolecta información sobre las organizaciones sociales: Cabildo Comunitario, Liga Deportiva Guápulo, Liga de Microfútbol La Tolita, Centro de entretenimiento Deportivo La Tolita y el Consejo Pastoral, toda esta información es obtenida a través de fuentes primarias, secundarias, realización y análisis de un FODA, con la ayuda de los instrumentos de encuesta y entrevistas, además de las fichas de observación y evaluación de atractivos del MINTUR y Quito Turismo. Entre las conclusiones más importantes se identificó que existe un interés y ganas de participar de la población en actividades turísticas ya que Guápulo cuenta con una oferta de recursos turísticos y puede realizarse una alternativa que beneficie a los guapuleños con la generación de fuentes de empleo y la preservación del patrimonio cultural y natural (Rodríguez, 2013).

En el proyecto “Los recursos turísticos del barrio Guápulo de la parroquia Itchimbia para el desarrollo del turismo experiencial” (2019), a pesar de la riqueza cultural del lugar, este no ha logrado desarrollarse rural, histórica y arquitectónicamente y existe un inadecuado mantenimiento de sus recursos culturales y naturales. La investigación resalta la importancia actual de generar en el turista emociones y experiencias de una forma diferenciadora, queda totalmente identificado que Guápulo puede implementar el turismo experiencial ya que cuenta con recursos turísticos culturales y naturales, una geografía única, historia, gastronomía, fiestas, servicio de alojamiento y alimentación. La metodología utilizada es la teoría del Desarrollo local y la teoría de la Cultura, la información es recolectada a través de la aplicación de encuestas, entrevistas y la elaboración de una matriz FODA y CAME. Entre las conclusiones más importantes se encuentra que la implementación del turismo experiencial permitiría integrar a la comunidad con los turistas dando un enfoque al valor cultural y a la memoria historia del lugar (Jijón, F. y Terán, J., 2019).

En el proyecto “Análisis de las rutas patrimoniales turísticas del Distrito Metropolitano de Quito y su incidencia en la operación turística en el convento de Guápulo en el año 2016” Los factores que han frenado el desarrollo turístico del Santuario

de Nuestra Señora de Guápulo son la lejanía del lugar en comparación con el Centro Histórico, las dificultades de accesibilidad y la poca oferta de establecimientos que presten el servicio de alojamiento. La metodología utilizada es el método inductivo-deductivo, la planificación de destinos turísticos, la metodología para hacer rutas o circuitos turísticos y los instrumentos de investigación son la observación, encuestas y entrevistas. Entre las conclusiones más importantes se encuentra que las zonas geográficas de las comunidades de La Tolita y Miravalle tienen un inventario turístico con potencialidad para emprender un turismo de tipo ecológico-comunitario y a futuro replicar el modelo de desarrollo comunitario que existe en Salinas de Guaranda en la provincia de Bolívar (Cruz, A., 2017).

En el proyecto “Campaña de empoderamiento para el barrio de Guápulo” (2017), la implementación de la campaña Somos Guápulo se realiza en total beneficio de la comunidad, ya que este es un barrio emblemático en la historia del Ecuador y sobre todo de Quito, a través de esto se pretende empoderar a los habitantes, para que se lleven a cabo actividades, se de una unión, con el fin de preservar la identidad que se está perdiendo principalmente por falta de interés de los propios moradores. La metodología utilizada es la investigación cualitativa y cuantitativa para concientizar y empoderar a los habitantes del barrio, por medio de talleres participativos de creación de la marca, por ejercicios de diseño participativo, observación y de entrevista a los habitantes. Entre las principales conclusiones se puede apreciar que los beneficios de una marca local dan al lugar a una imagen gráfica sobre otros lugares, para dar paso al turismo sustentable, que brinda ingresos económicos, fomentando la cultura e identidad del mismo, posicionando la localidad por sus atributos físicos como el paisaje, la geografía el clima y a sus atributos abstractos como el lenguaje, modismos etc. La campaña Somos Guápulo, sirve para que las personas del barrio se sientan identificadas y genere un sentimiento de pertenencia, mientras que la marca Guápulo, ayuda a realzar la importancia que tiene el barrio dentro de la ciudad de Quito, y a que sus habitantes acudan a él por sus atractivos (Arias, L., 2017).

Marco Legal

Para el desarrollo de la investigación se ha tomado en cuenta con respecto a la base legal, artículos en relación al desarrollo y patrimonio cultural. Se analizan los siguientes documentos legales:

1. La Constitución del Ecuador
2. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021
3. Ley de Turismo
4. Reglamento General de la Ley de Turismo
5. Objetivos de Desarrollo Sostenible

Conforme a la Constitución de la República del Ecuador en el título I, elementos constitutivos del estado, capítulo primero, principios fundamentales:

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.
7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país (2008, p.17).

Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto (2008, p. 41).

Responsabilidades

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos (2008, p. 59).

Capítulo cuarto Régimen de competencias

Art. 262.- Los gobiernos regionales autónomos tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las otras que determine la ley que regule el sistema nacional de competencias:

1. Planificar el desarrollo regional y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, provincial, cantonal y parroquial (2008, p. 128).

Art. 264.- Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

1. Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural.
7. Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley.
8. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines (2008, p. 130).

Art. 267.- Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

1. Planificar el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial.
2. Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
3. Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.
4. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente.
6. Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base (2008, p. 131).

TÍTULO VI RÉGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo primero Principios generales

Art. 275.- El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del *sumak kawsay*.

El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente. El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.

6. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural (2008, p. 135).

Educación

Art. 343.- El sistema nacional de educación tendrá como finalidad el desarrollo de capacidades y potencialidades individuales y colectivas de la población, que posibiliten el aprendizaje, y la generación y utilización de conocimientos, técnicas, saberes, artes y cultura. El sistema tendrá como centro al sujeto que aprende, y funcionará de manera flexible y dinámica, incluyente, eficaz y eficiente (2008, p. 160).

Art. 350.- El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo (2008, p. 162).

Sección quinta Cultura

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales (2008, p. 170).

Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.
2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas.

Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley (2008, p. 171).

Art. 388.- El Estado destinará los recursos necesarios para la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la innovación, la formación científica, la recuperación y desarrollo de saberes ancestrales y la difusión del conocimiento. Un porcentaje de estos recursos se destinará a financiar proyectos mediante fondos concursables. Las organizaciones que reciban fondos públicos estarán sujetas a la rendición de cuentas y al control estatal respectivo (2008, p. 174).

Art. 380.- Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.
2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva.
3. Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente.
4. Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de todas las edades, con prioridad para niñas, niños y adolescentes.
5. Apoyar el ejercicio de las profesiones artísticas.
6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.
7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva (2008, pp. 171-172).

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, Toda una vida, se toma como base para el proyecto:

El eje 2: economía al servicio de la sociedad, con el objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria, la política 6.1 Fomentar el trabajo y el empleo digno con énfasis en zonas rurales, potenciando las capacidades productivas, combatiendo la precarización y fortaleciendo el apoyo focalizado del Estado e impulsando el emprendimiento, y la política 6.5 Promover el comercio justo de productos, con énfasis en la economía familiar campesina y en la economía popular y solidaria, reduciendo la intermediación a nivel urbano y rural, e incentivando el cuidado del medioambiente y la recuperación de los suelos (2017, pp. 87-88).

Conforme a la Ley de Turismo correspondiente al apartado de las actividades turísticas y de quienes las ejercen:

CAPITULO I GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para promoción, desarrollo y regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios (2014, p. 1).

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país (2014, p. 1).

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación (2014, pp. 1-2).

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos (2014, p. 3).

Dentro del Reglamento General de la Ley de Turismo:

Art. 3.- Políticas y principios de la gestión pública y privada del sector turístico.- El cumplimiento de las políticas y principios del sector turístico establecidos en los artículos 3 y 4 de la Ley de Turismo y en otros instrumentos normativos de

naturaleza similar son de obligatorio cumplimiento para todas las instituciones del Estado, del régimen dependiente y del régimen seccional autónomo; y, son referenciales para las personas naturales y jurídicas del sector privado, a través del ejercicio de las potestades, deberes y derechos que a cada uno le corresponda y que tengan relación con el desarrollo del sector turístico. Las declaraciones de políticas para el sector turístico se constituyen en herramientas de interpretación, conjuntamente con las definiciones establecidas en este reglamento, en caso de duda en la aplicación de normas legales o secundarias del sector turístico ecuatoriano (2015, p. 2).

El proyecto contribuirá a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la siguiente forma ODS: La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo especializado de Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Promueve el turismo como motor de crecimiento económico, de desarrollo inclusivo y de sostenibilidad. La OMT tiene el compromiso de garantizar que el Turismo desempeñe un papel clave en la agenda para el desarrollo y en la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (OMT, 2015, p. 1).

Objetivo 1.- Acabar con la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo

Siendo uno de los sectores económicos con mayores dimensiones del mundo, y uno de los que registra un crecimiento más rápido, el turismo se encuentra en una buena posición para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo a todos los niveles y aportar ingresos mediante la creación de empleo. El desarrollo del turismo sostenible, y su incidencia en las comunidades, puede vincularse con los objetivos nacionales de reducción de la pobreza, con los relacionados con la promoción del emprendimiento y los pequeños negocios, y con el empoderamiento de los grupos menos favorecidos, en particular las mujeres y los jóvenes (OMT, 2015, p. 2).

Objetivo 8.- Promover el crecimiento económico continuado, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Actualmente es responsable por creación de 1 de cada 11 puestos de trabajo. Dando acceso a oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, la sociedad, y en contribución del sector a la creación de empleo (OMT, 2015, p. 2).

Objetivo 16.- Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.

Puesto que el turismo está hecho de miles de millones de encuentros entre personas de contextos culturales diversos, el sector puede fomentar la tolerancia y el entendimiento multicultural e interconfesional, asentando así los cimientos de sociedades más pacíficas. El turismo que beneficia e involucra a las comunidades

locales, puede también constituir un medio de vida, reforzar la identidad cultural y fomentar actividades empresariales, ayudando así a evitar la violencia y el conflicto y a consolidar la paz en sociedades que han vivido un conflicto reciente (OMT, 2015, p. 2).

Objetivo 17.- Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

El turismo tiene la capacidad de reforzar las asociaciones público-privadas y de involucrar a múltiples agentes interesados - internacionales, nacionales, regionales y locales - para trabajar conjuntamente con el fin de alcanzar los ODS y otros objetivos comunes. Electivamente, la cooperación y las asociaciones público-privadas son un fundamento necesario y esencial para el desarrollo del turismo (OMT, 2015, p. 2).

Marco conceptual

Atractivos

Aquellos elementos naturales, culturales o realizados por la mano de un hombre que combinados con los recursos turísticos son capaces de generar un desplazamiento a un determinado destino turístico (Navarro, 2015).

Cohesión social

En la CEPAL, este concepto relaciona aspectos como las transformaciones socioeconómicas y los cambios en la interacción social y en la subjetividad colectiva; la política social y el valor de la solidaridad; las interacciones entre equidad social y legitimidad política; el fomento de una mayor igualdad y de un mayor reconocimiento de la diversidad; las brechas socioeconómicas y el sentido de pertenencia” (Varisco, 2014, p.75).

Comunidad receptora

Son los residentes locales relacionados directa o indirectamente con el turismo (Varisco, 2014, p.69).

Desarrollo

“El desarrollo es el proceso por el cual una sociedad o territorio avanza para alcanzar mejoras en distintas dimensiones (humano, económico, ambiental, cultural, territorial y social)” (Ventura, 2015, p.1).

Desarrollo local

Aquel proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento de los recursos endógenos existentes en una determinada zona o espacio físico es capaz de estimular y fomentar su crecimiento económico, crear empleo, renta y riqueza y, sobre todo, mejorar la calidad de vida y bienestar social de la comunidad local. (Aguilar, E. et ál., 2012, p.28).

Dimensión cultural

Se hace referencia a la importancia de la identidad y el patrimonio cultural del territorio dentro de los procesos de desarrollo (Ventura, 2015, p.1).

Dimensión ecológica

Destaca la necesidad de promover la utilización de los recursos y el potencial territorial sobre la base de la sostenibilidad y sustentabilidad ambiental (Ventura, 2015, p.1).

Dimensión económica

Transformación de la dinámica económica sobre la base de la utilización de los recursos y promover con criterios de competitividad el incremento de los niveles de producción y productividad (Ventura, 2015, p.1).

Dimensión social

Destaca la conformación de nuevas formas de organización social que, no sólo se orientan a fines productivos, sino que abarcan la adquisición de materias primas, la prestación de servicios a la producción y la capacitación y formación del recurso humano, tanto para introducir procesos de innovación y desarrollo tecnológico como para fomentar la participación de los actores en la promoción del desarrollo. Busca orientar recursos hacia la producción, la transferencia y la difusión de este factor productivo para promover procesos de innovación y desarrollo tecnológico (Ventura, 2015, p.1).

Dimensión territorial

Es la base donde se articula la organización de la producción y las relaciones entre los agentes socioeconómicos para la explotación de los recursos disponibles (Ventura, 2015, p.1).

Demanda

Son los turistas residentes en el país y en el extranjero. Es el número de personas que viajan o desean viajar para utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de sus lugares de trabajo o residencia (Varisco, 2014, p.67).

Equipamiento e instalaciones

El equipamiento está conformado por el conjunto de establecimientos que brindan servicios básicos: alojamiento, gastronomía, transporte, agencias y operadores mayoristas de viajes, balnearios y actividades recreativas (Varisco, 2014, p.68).

Experiencia

Hecho de haber sentido, conocido o presenciado alguien algo (RAE, 2020).

Sistema turístico

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo. Esta característica le confiere un alto grado de apertura, flexibilidad y dinamismo por lo que

resulta un modelo teórico maleable frente a distintas situaciones del entorno físico, sociocultural y económico (Centomono, 2009).

Infraestructura

Es el conjunto de obras y servicios que sirven de base para el desarrollo de todas las actividades económicas y, en consecuencia, puede ser de uso común o puede ser específica del turismo (Varisco, 2014, p.68).

Superestructura

Está integrada por organismos públicos, privados; leyes, regulaciones, proyectos y programas y del tercer sector que tienen por objeto planificar y coordinar el funcionamiento del sistema turístico (Varisco, 2014, p.68).

Turismo experiencial

Es aquel turismo que se basa en las emociones y los sentimientos de los viajeros como eje de las actividades que se lleven a cabo., intensificando las experiencias vividas en cada viaje (Senda Ecoway,2020).

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de investigación

El enfoque de investigación que se utilizará para el presente proyecto será mixto. Ya que está determinada de acuerdo a las variables: dependiente (Desarrollo turístico), en relación con la variable independiente (Turismo experiencial), a ambas se les da un enfoque cualitativo y cuantitativo. Siendo el enfoque cualitativo utilizado para investigaciones que dan descripciones de las variables respecto a la actividad turística pero no muchos datos estadísticos. Principalmente es utilizado con una finalidad descriptiva de los fenómenos de interés o predictiva de los fenómenos turísticos o de los comportamientos humanos y su relación con el turismo (Sancho, A., 2001, p. 20). Por otro lado, la investigación cuantitativa se realiza en base a la información que proporcionan los datos y fuentes de información, estos permiten comprender el comportamiento del objeto de estudio (Sancho, A., 2001, p. 21).

De forma más específica para conocer el desenvolvimiento turístico actual respecto a la gestión y la implicación de los actores, se obtendrá información de forma bibliográfica, entrevista para las autoridades del poder local y los responsables de los establecimientos turísticos y para predecir el comportamiento humano respecto al turismo experiencial se aplicará una encuesta a aquellas personas que hayan visitado el barrio de Guápulo.

Tipología de investigación

Por su finalidad

Por su finalidad la investigación es aplicada, ya que esta permite recopilar los conocimientos y de esta forma se establece la base antes de la acción, y por ende de la toma de decisiones por lo tanto es un instrumento eficiente para asegurar la competitividad y sostenibilidad del objeto de estudio (Sancho, A., 2001, p. 4).

En esta investigación la finalidad es evaluar la gestión actual del desarrollo turístico analizando las interacciones de los actores los cuales son las autoridades del poder local, los responsables de los establecimientos turísticos y los visitantes el barrio, con la propuesta de diseñar líneas estratégicas que impulsen el desarrollo turístico del barrio de Guápulo.

Por las fuentes e información

Por las fuentes de información de datos se hace referencia a todos los medios de los cuales procede la información, por lo tanto, la investigación contiene:

Fuentes primarias: Hacen referencia a la documentación que contiene material nuevo y original, cuya disposición no sigue ningún esquema predeterminado (Sancho, A., 2001, p. 13). Contiene información original que no ha sido filtrada interpretada o evaluada por nadie más (Miranda, U. y Acosta, Z., 2009). En este caso la información primaria proviene directamente de las entrevistas a las autoridades y responsables de establecimientos turísticos y de la encuesta a los visitantes el barrio entonces proviene de aquellas personas a las que se les aplico un instrumento de investigación.

Fuentes secundarias: Proviene de datos pre-elaborados, entre estos se encuentran los datos obtenidos de anuarios estadísticos, de Internet de medios de comunicación, bases de datos, artículos, libros, tesis y documentos relacionados al tema de estudio (Miranda, U. y Acosta, Z., 2009). En esta investigación se ha recopilado datos de investigaciones previas a las variables de investigación tanto internacionalmente como de forma nacional, entre estos hay artículos, tesis, papers y libros.

Por las unidades de análisis: In Situ

En esta investigación el análisis es in situ. Previo a esta investigación existen muchas otras que se han realizado en el caso de estudio: Barrio de Guápulo, como por ejemplo la tesis: Los recursos turísticos del barrio de Guápulo de la parroquia Itchimbía para el desarrollo del turismo experiencial. Sin embargo, en esta no se recaba información acerca de la gestión para el desarrollo turístico por parte de las autoridades y el Cabildo de Guápulo además de no precisar estrategias que puedan realizarse con una coordinación entre los actores del lugar. Es por eso que se debe tener contacto con estos actores para recabar la información acerca del tema a ser estudiado de forma directa.

Por el alcance: Descriptivo

Es el análisis empírico de datos sobre un colectivo de individuos al que se investiga y se describe, los resultados obtenidos son ciertos para el colectivo estimado, pero no se pueden ni pormenorizar ni extrapolar para el resto de la población objetivo (Sancho, A., 2001, p.77).

Se pretende recabar información acerca de la participación de visitantes, autoridades y responsables de establecimientos turísticos en el desarrollo del turismo experiencial, para proponer estrategias que permitan tal desarrollo para el lugar.

Instrumentos de recolección de información

Para el desarrollo de esta investigación los instrumentos que se utilizarán para recolectar la información serán la entrevista y la encuesta, siendo estas herramientas útiles para el enfoque cualitativo y cuantitativo.

Procedimiento para recolección y análisis de datos

La entrevista será aplicada a las autoridades del poder local y a los representantes de los establecimientos turísticos mientras que la encuesta se la realizará a aquellas personas que hayan visitado Guápulo.

Población y muestra

Para las entrevistas a las autoridades del poder local se aplicará una entrevista por cada eslabón en base a la estructura político administrativa de la alcaldía:

- a. Representante del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
- b. Representante de la Comisión Municipal
- c. Representante de la Administración Zonal
- d. Representante del Cabildo barrial
- e. Representante Sectorial

En el caso del Representante del Cabildo barrial serán a 2 personas ya que se tomará en cuenta al Presidente del Cabildo de Guápulo y al Asesor Cultural, además se consideró oportuno entrevistar a la Jefe de policías de la UPC del circuito Itchimbía, es decir en total 7 entrevistas.

Para las entrevistas con los representantes de los establecimientos turísticos se considera oportuno entrevistar al 60% de los 16 lugares que resultarían 10 de los siguientes lugares turísticos:

1. Iglesia Nuestra Señora de Guápulo- Plaza - Museo Fray Antonio Rodríguez
2. Piscina Municipal de Guápulo
3. Parque de Guápulo
4. Iglesia San Francisco de Asís
5. Ananké
6. Café Arte Guápulo
7. Café Palo Santo
8. Ceviches de Guápulo
9. Glamping Killari María
10. Hacienda San Marcos
11. Heladería D'VERITAS
12. La Herencia
13. La Terraza
14. Los nachos de Goyito
15. Quinta Huasipungo
16. Tren al cielo

Para la aplicación de las encuestas a los visitantes se calcula la muestra, para esto se tomó como referencia los datos proporcionados por Quito Turismo en cifras del año

2021, en donde se establece que para el año 2020 el número de llegada de turistas a Quito es de 190.417, de los cuales el 12% son quienes visitan la zona de la Mariscal en el mismo año, siendo la población de esta de 22.850,04. Se utiliza la fórmula para cálculo de la muestra de poblaciones finitas de (Lind, Mason, y Marchal, 2012) donde:

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza

Q= Posibilidad que no ocurra el evento

P= probabilidad de éxito

N= tamaño de la población

e= margen de error

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

n= tamaño de la muestra

Z= 1,96

Q= 0,5

P= 0,5

N= 22.850,04

e= 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 22.850,04}{(0,05)^2(22.850,04 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 385$$

Total: 385 encuestas a los visitantes del barrio de Guápulo

2.4.1.1 Entrevista.

Este instrumento permitirá obtener información acerca de la gestión y administración turística del barrio de Guápulo, ya que será aplicada a las autoridades del poder local y a los representantes de los establecimientos turísticos.

2.4.1.1.1 Modelo de la entrevista para autoridades.



N° ____

Entrevista dirigida a un representante del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, de la Comisión Municipal, de la Administración Zonal, del Cabildo barrial y a un representante Sectorial del barrio de Guápulo

Objetivo: Obtener información sobre la gestión turística actual del Barrio de Guápulo.

Turismo experiencial

Es aquel turismo que se basa en las emociones y los sentimientos de los viajeros como eje de las actividades que se lleven a cabo., intensificando las experiencias vividas en cada viaje. (Senda Ecoway, 2020)

Entrevistador: _____

Entrevistado: _____

Institución: _____

Cargo: _____

Título académico: _____

Contacto: _____

Fecha: _____

Hora: _____

Cuestionario:

Territorial y superestructura

Organización, producción, agentes socioeconómicos, organismos reguladores

1. ¿Cuál es su percepción de Guápulo como un lugar turístico?
2. ¿Con que tipo de planificación se cuenta para el desarrollo turístico del barrio?
3. ¿De qué forma considera usted que el turismo experiencial puede ser una alternativa para el desarrollo turístico?
4. ¿Qué políticas y gestiones administrativas poseen y están enfocadas al turismo?

Social

Formas de organización social, prestación de servicios, participación, promoción

5. ¿Qué gestiones se realizan desde el cabildo para el desarrollo turístico del barrio?
6. ¿De qué forma se evidencia un trabajo colaborativo entre las autoridades y el Cabildo de Guápulo?
7. ¿Cuáles son los medios de difusión sobre el turismo en el barrio de Guápulo?

Económica

Recursos, competitividad, producción, productividad

8. ¿Cuál es la capacidad para invertir en la implementación de estrategias para el desarrollo del turismo experiencial?

Ecológica

Sostenibilidad y sustentabilidad ambiental

9. ¿Qué acciones se realizan para el cuidado del medio ambiente?

Cultural

Identidad, patrimonio y desarrollo

10. ¿Qué beneficios ha traído al barrio de Guápulo el reconocimiento como Zona Patrimonial?

2.4.1.1.2 Modelo de la entrevista para los responsables de los establecimientos turísticos



N° ____

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Entrevista dirigida a los responsables de los establecimientos turísticos del barrio de Guápulo

Objetivo: Obtener información sobre la gestión turística actual del Barrio de Guápulo.

Turismo experiencial

Es aquel turismo que se basa en las emociones y los sentimientos de los viajeros como eje de las actividades que se lleven a cabo., intensificando las experiencias vividas en cada viaje. (Senda Ecoway, 2020)

Entrevistador: _____

Entrevistado: _____

Institución: _____

Cargo: _____

Título académico: _____

Contacto: _____

Fecha: _____

Hora: _____

Cuestionario:

Territorial y superestructura

Organización, producción, agentes socioeconómicos, organismos reguladores

1. ¿Cuál es su percepción de Guápulo como un lugar turístico?
2. ¿Con que tipo de planificación cuenta para el desarrollo de su establecimiento?
3. ¿Cuál es la percepción de su establecimiento dentro de la comunidad?
4. ¿De qué forma considera usted que el turismo experiencial puede ser una alternativa para el desarrollo turístico?

Social

Formas de organización social, prestación de servicios, participación, promoción

5. ¿Cuáles son las gestiones en beneficio del barrio que se realizan por los organismos reguladores como MINTUR, Quito turismo, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, la Comisión Municipal, la Administración Zonal o el Cabildo?

Económica

Recursos, competitividad, producción, productividad

6. ¿Cuál es la capacidad para invertir en la implementación de estrategias para el desarrollo del turismo experiencial?
7. ¿Cuál es el valor promedio de gasto dentro de su establecimiento?

Ecológica

Sostenibilidad y sustentabilidad ambiental

8. ¿Qué acciones se realizan para el cuidado del medio ambiente?

Cultural

Identidad, patrimonio y desarrollo

9. ¿Cómo se impulsa la preservación de la historia del barrio, las festividades y la gastronomía?

2.4.2 Encuesta.

Este instrumento permitirá obtener información acerca del perfil de turista para la práctica de turismo experiencial y de la percepción de la gestión turística ya que será aplicada a personas que hayan visitado el barrio de Guápulo.

2.4.2.1 Modelo de encuesta para visitantes.



N° ____

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Encuesta dirigida a los visitantes del barrio de Guápulo

Objetivo:

La presente encuesta busca obtener información del perfil del turista para la práctica de turismo experiencial, en base a su percepción de la gestión turística en el barrio de Guápulo.

Instrucciones:

- Antes de contestar lea detenidamente la pregunta.
- Seleccione la(s) respuesta(s) que sea más idónea para usted según su experiencia y criterio.

Turismo experiencial

Es aquel turismo que se basa en las emociones y los sentimientos de los viajeros como eje de las actividades que se lleven a cabo, intensificando las experiencias vividas en cada viaje (Senda Ecoway, 2020).

Sus respuestas serán manejadas de forma confidencial y con fines académicos.

GéneroMasculino Femenino LGTBI **Edad**15-22 años 31-38 años 47-54 años 23-30 años 39-46 años 55-62 años Más de 63 años **Estado civil**Divorciado/a Casado/a Unión libre Soltero/a Viudo/a **Nivel de educación**Básico Superior Bachiller Posgrado **Ocupación**Estudiante Jubilado/a Emprendedor/a Empleado Desempleado/a Empresario/a Estudiante y empleado Ama/o de casa **Nivel de ingresos mensuales**\$0-250 \$501-750 Más de \$1000 \$251-500 \$751-1000 **¿Con que frecuencia usted visita Guápulo? (N° de veces en el año)**1-4 9-12 5-8 Más de 13

¿Con quién viaja?

Familia

Pareja

Solo

Amigos

¿Cuál es el medio de transporte que ha usado para dirigirse al barrio de Guápulo? (puede seleccionar más de uno)

Bus

Bicicleta

Otros (taxi, Uber,

Auto propio

Transporte turístico

Indriver, Cabify o

Moto

similares)

Lugar de procedencia

Nacional

Extranjero

¿En cuál de las siguientes actividades estaría motivado a participar? (seleccione 3)

Cabalgata

Shows y conciertos

Actividades de ocio

Ciclismo

Talleres de artes plásticas

nocturno

Camping

Tour por las cúpulas y las

Senderismo

Recorrido por los huertos

tumbas del Santuario

Tour gastronómico

orgánicos

Actividades deportivas

Seleccione los atractivos que conoce del barrio: (puede seleccionar más de uno)

Mirador de Guápulo

Camino de Orellana

Fiestas del 8 de

Iglesia Nuestra Señora de

Plaza central

septiembre

Guápulo

El Arrayán

Museo Fray Antonio

Piscina

Parque de Guápulo

Rodríguez

Romerías

Iglesia San Francisco de

Asís

Seleccione los establecimientos turísticos que conoce de alimentos y bebidas: (puede seleccionar más de uno)

Ananké

Glamping Killari María

La Terraza

Café Arte Guápulo

Hacienda San Marcos

Los nachos de Goyito

Café Palo Santo

Heladería D'VERITAS

Quinta Huasipungo

Ceviches de Guápulo

La Herencia

Tren al cielo

En su visita al barrio de Guápulo, ¿Qué tipo de alojamiento preferiría utilizar? (Escoja solo 1 respuesta)

Hotel

Camping

Con un familiar, amigo o

Hostal

Glamping

conocido

Hostería

Casa de huéspedes (Air

Hacienda turística

BnB)

Considerando las actividades, el transporte, la alimentación, el alojamiento y la guianza, ¿cuánto estaría dispuesto a gastar en una visita de un día al barrio de Guápulo?

\$5-20

\$41-60

\$21-40

Más de \$61

¿Cuál es el grado de satisfacción respecto a la hospitalidad por parte de los moradores?

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy satisfecho
------------------	--------------	---------	------------	----------------

¿Sabía usted que los barrios emergentes de San Francisco de Miravalle Alto y Bajo están incluidos en el barrio de Guápulo?

Sí

No

En base al lugar. ¿Cuál es su nivel de apreciación acerca del trabajo de estos actores: las autoridades del Turismo en Quito, el Cabildo de Guápulo y la comunidad?

Deficiente	En desarrollo	Aceptable	Satisfactorio	Excelente
------------	---------------	-----------	---------------	-----------

Respecto a que los establecimientos sigan criterios sostenibles y responsables con el medio ambiente, ¿cuál es el nivel de importancia para usted?

No es importante	Poco importante	Importante	Muy importante	Extremadamente importante

¿Cuál es su percepción sobre el estado físico de la infraestructura turística del barrio de Guápulo?

	En muy buen estado	En buen estado	Neutral	En mal estado	En muy mal estado
Vías de acceso					
Señalética					
Transporte público					
Seguridad					

¿Por cuál de las siguientes redes sociales prefiere recibir información de las actividades turísticas del barrio de Guápulo? (Puede escoger mas de una)

WhatsApp

Instagram

Youtube

Facebook

Tik Tok

Recomendaría el lugar

Sí

No

¿Por qué?

CAPÍTULO III

Micro entorno

Historia de Guápulo

Etimológicamente la palabra GUÁPULO, es de origen chibcha compuesta por las palabras GUA, que significa GRANDE y PULO que significa PAPA en castellano, por lo que la lógica traducción sería PAPA GRANDE. Otra explicación que da el padre Recio se basa en que los nativos no pronunciaban correctamente las palabras castellanas, por lo que alteraron el nombre de Guadalupe a Guápulo con que hasta hoy es conocida, esta versión es muy poco creíble, no se niega que la pronunciación de muchas palabras castellanas por los indígenas haya sido errónea entre Guadalupe y Guápulo existe una brecha de diferencia muy grande. Además, se demuestra que los habitantes pronunciaban muy bien la palabra “Guadalupe”, ya que ellos pusieron como apellido a sus hijos, así lo demuestran los libros parroquiales de Guápulo. Existen en el país otros lugares que llevan el nombre de Guápulo, por ejemplo: en la provincia de Imbabura hay una quebrada en la hacienda Quitumba Grande cuyo nombre es Guápulo y de la misma forma en la provincia de Cotopaxi, en las alturas de Pujilí hay una loma que se llama también Guápulo (Museos de Quito, 2015, p. 1).

Dimensión territorial y superestructura

Ubicación.

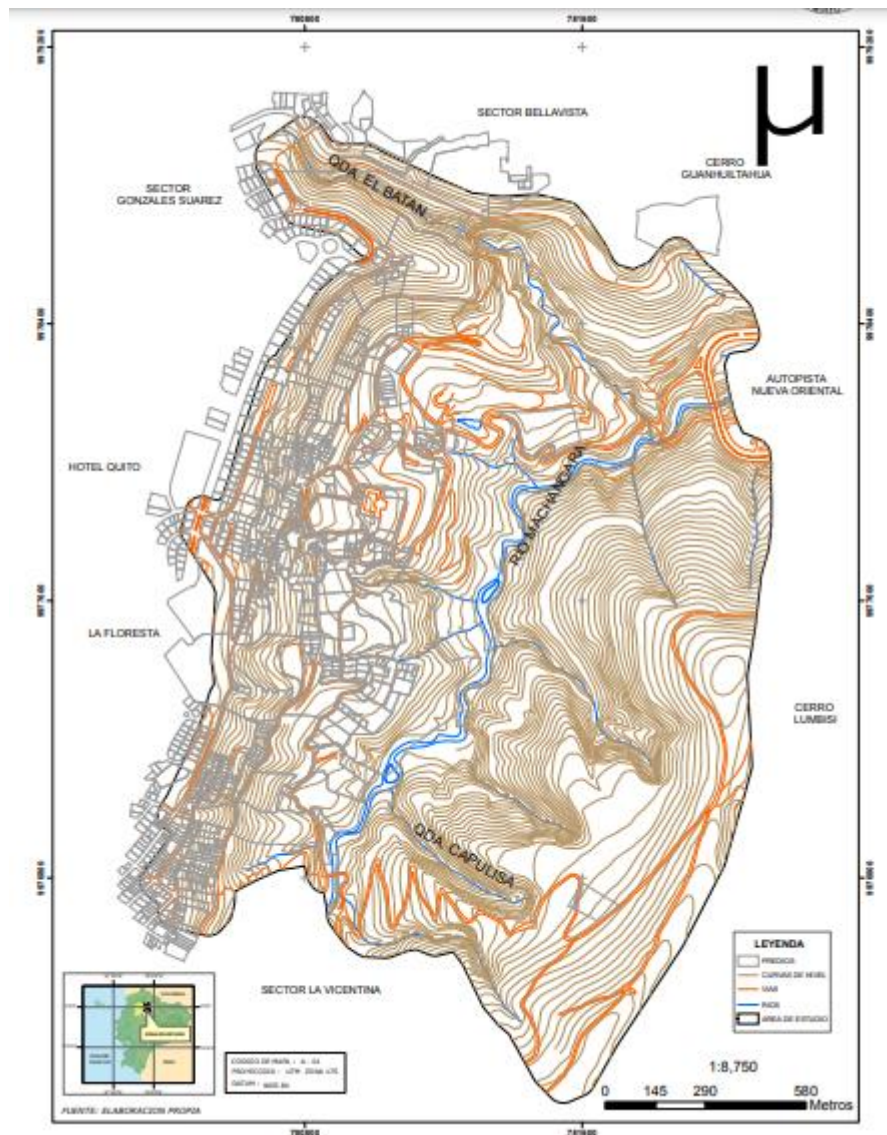
El barrio de Guápulo está ubicado en la ciudad de Quito en la parte noreste, dentro de un valle templado en uno de los declives que forma la llanura de Ñaquito hacia el río Machángara. Se encuentra dentro de la parroquia Itchimbía, en el cantón del Distrito Metropolitano de Quito dentro de la provincia de Pichincha de la República del Ecuador. A 20 min de distancia desde el centro histórico de Quito (Jijón, F. y Terán, J., 2019, p. 28).

3.1.2.2 Límites.

Guápulo limita al norte con la quebrada del Batán y el Guanguitagua, al sur y al este con el río Machángara y, al oeste con el borde oriental de la meseta de Quito. Antiguamente estuvo constituido por dos pequeños valles, dividido por la quebrada de Calisguycu, en el valle de Guashayacu, formado por los sectores de la tola, Pabana, Mantín, Chacapamb, y la tola Yacu, en este lugar se han encontrado numerosos vestigios que logran determinar que estuvo habitado y que en este lugar se edificó la primera ermita de la virgen (CEPEIGE, 2008, p. 21).

Figura 4

Mapa base de Guápulo



Nota. La figura representa el mapa base de Guápulo. Tomado de CEPEIGE, 2008, P. 1.

Presenta una topografía que incluye pendientes naturales que varían entre 7° y 22°, y con bordes de talud en quebradas con pendientes de 42° o incluso mayores y una altitud de 2400 – 2700 msnm (CEPEIGE, 2008, p. 21).

3.1.2.3 Uso del suelo.

El área se encuentra totalmente intervenida, tanto por la expansión urbana (correspondiente al Barrio de Guápulo), como por actividades agrícolas y pecuarias de subsistencia (correspondientes a los barrios emergentes de San Francisco de Miravalle Alto y Bajo), habiendo quedado solamente remanentes de bosque y arbustos espinosos en pocos sectores de bordes de ríos, quebradas y zonas altas. La mayor parte del suelo se encuentra utilizada para el uso residencial e industrial. Gran parte está declarada como zona patrimonial. Con respecto al área de Lumbisí, a pesar de tener un uso planificado de protección ecológica, se han identificado áreas de ocupación informal (CEPEIGE, 2008, p. 24).

3.1.2.4 Hidrología.

La zona se encuentra dividida por el cauce del Río Machángara, influenciada estructuralmente y además existen importantes quebradas en el área como El Batán y La Vicentina. Guápulo poseía vertientes naturales de agua, siendo las principales: la llamada vertiente de la virgen, la misma que tenía propiedades medicinales; la Chaca de cuyas aguas se abastecía toda la población; la de Guashayacu que significa agua a la espalda que tenía aguas puras y alcalinas (CEPEIGE, 2008, pp. 23-24).

En 1876 se realizó un análisis de las propiedades naturales de las aguas de Guápulo, verificando la calidad del agua y sus beneficios en la salud. Hasta la actualidad aún se puede observar ciertas fuentes naturales de agua en el sector de San Francisco de Miravalle de donde nacen aguas puras y cristalinas claro que en menor cantidad y la humedad que presentan sus peñas deja notar claramente la presencia de agua en el interior de la tierra (Rodríguez, 2013, p. 25).

A lo largo de la parroquia se puede observar el río Machángara por sus quebradas y grandes precipicios, este antiguamente era un recurso muy favorable para la comunidad porque sus aguas eran cristalinas y era hogar de varios animales como todos aquellos ríos que con su bondad crean diversidad a su paso, sin embargo, hoy en día la historia ha cambiado porque este río en vez de ser un recurso es un problema por la gran contaminación que muestran sus aguas, Guápulo ha sido para el Machángara uno de sus pasos a lo largo de la historia y gracias a la presencia de este río se debe la forma física de Guápulo conocido por sus grandes quebradas que más de una vez han causados deslaves en épocas invernales (Rodríguez, 2013, p. 25).

Dimensión Social

Organizaciones sociales.

En el área se presentan las siguientes organizaciones sociales: Cabildo de Guápulo, Directiva del barrio San Francisco de Miravalle bajo, Directiva del barrio San Francisco de Miravalle alto, Casa Somos Guápulo, Liga Deportiva Guápulo y Liga de Microfútbol La Tolita (CEPEIGE, 2008, p. 34).

Líneas de transporte.

En cuanto al transporte, Guápulo es atendida por dos líneas de transporte urbano: Hospital del Sur - Guápulo de la Cooperativa Quito Sur. El horario de servicio es hasta las 20 Horas. En el parque de la Iglesia existe una cooperativa de taxis, con 37 unidades que trabajan en un horario de 6 a 20 Horas. 37 De la observación de campo (2008), se determinó que, por el colapso del colector en el sector del trébol, Guápulo sirve de conexión entre la ciudad de Quito y el valle de Cumbayá y Tumbaco, resistiendo la congestión vehicular y la contaminación ambiental en las vías principales. Las veredas no son apropiadas y no responden a una línea de fábrica definida, afectando la seguridad y

movilidad peatonal. San Francisco de Miravalle, va configurándose lentamente como parte urbana. Posee un camino principal de tercer orden, con un piso entre empedrado y tierra (CEPEIGE, 2008, p. 36-37).

Dimensión ecológica

Clima.

El clima de la parroquia es templado por encontrarse enclavado entre las cordilleras, la estación fría está asociada a la estación de las lluvias; la gran corriente de vientos en verano es más notoria en esta parroquia debido a su forma física que permite fácilmente la circulación de este. Según el INAMHI Guápulo presenta dos estaciones meteorológicas que son: Estación Quito-IÑAQUITO y Estación Tumbaco. El área está contemplada dentro de un clima templado, con una temperatura aproximada de 15o C, determinado con valores promedios de las subestaciones de Iñaquito Tumbaco. Además, presenta una humedad relativa de 79% y un promedio de velocidad de vientos de 93 km/h. Guápulo, así como de Quito está sometida al régimen de lluvias con dos estaciones: la lluviosa entre febrero-abril y septiembre-noviembre y la estación seca (verano) de junio-agosto y diciembre-enero. La pluviosidad del área, está representada por una media anual de 1250 mm, aproximadamente, que se caracterizan por lluvias intensas de corta duración que se manifiestan, particularmente, en épocas de invierno (CEPEIGE, 2008, p. 26).

3.1.4.2 Descripción zona de vida.

La zona de Guápulo pertenece al Bosque Húmedo Montano Bajo (Bhm-b), se caracteriza por presentar nubosidad nocturna, topografía accidentada, con vegetación original remanente casi inexistente. Según esta clasificación del DMQ, de acuerdo con las características de precipitación, altitud y temperatura, Guápulo se encuentra en la Zona Interandina I, al estar localizada entre 2400 a 3100 msnm (CEPEIGE, 2008, p. 26).

3.1.4.3 Flora.

El área de estudio registra plantas nativas, debido a la elevada humedad atmosférica, se presenta una alta densidad y diversidad de epifitas: orquídeas, bromelias, aráceas y helechos, se encuentra formada, en su mayor parte, por vegetación antrópica, seguida de vegetación nativa propia de la zona y, finalmente de plantas pioneras de zonas alteradas. Además, extensos cultivos de eucalipto (*Eucalyptus globulus*), que predomina entre las especies introducidas. Se pudo observar, también, extensiones variadas de cultivos, con mayor incidencia en la zona poblada en Miravalle Alto y Bajo, predominando los cultivos de: “maíz” *Zea mays* (Poaceae), “haba” *Vicia faba*, “chocho” *Lupinus mutabilis* (Fabaceae), “papa” *Solanum tuberosum* (Solanaceae),) además existen cultivos de “frutilla” *Fragaria vesca* (Rosaceae) y “lechuga” *Lactuca sativa* (Asteraceae) (CEPEIGE, 2008, p. 26-27).

Tabla 2

Lista de especies de flora registradas en Guápulo

XEROFÍTICAS, HIERBAS Y MATORRALES	ALGAS, MUSGOS, LÍQUENES Y HELECHOS
<i>Baccharis polyantha</i>	<i>Phoradendron spp.</i>
<i>Croton menthodoros</i>	<i>Adiantum sp.</i>
<i>Lantana spp.</i>	<i>Cheilanthes bonariensis</i>
<i>Mimosa albida</i>	<i>Cheilanthes myrophyllia</i>
<i>Mimosa quitensis</i>	<i>Pellaea cf. ovata</i>
<i>Agave americana</i>	<i>Pellaea ternifolia</i>
<i>Asplenium praemorsum</i>	<i>Tillandsia spp.</i>
<i>Koheleria spicata</i>	<i>Buddleja bullata</i>
<i>Peperomia sp.</i>	ESPECIES NATIVAS
<i>Muehlenbeckia tamnifolia</i>	<i>Puya sp.</i>
<i>Gardokia grandiflora</i>	<i>Agave americana</i>
<i>Hyptis eriocephala</i>	<i>Furcraea andina</i>
<i>Salvia hispanica</i>	<i>Oxalis spp.</i>
<i>Salvia macrophylla</i>	<i>Tillandsia spp.</i>
<i>Salvia rumicifolia</i>	<i>Buddleja bullata</i>
<i>Satureja tomentosa</i>	<i>Dodonaea viscosa</i>
<i>Drymaria cordata</i>	<i>Tecoma castanifolia</i>
<i>Drymaria ovata</i>	<i>Puya cf. glomerifera</i>
<i>Stellaria ovata</i>	GRAMÍNEAS
<i>Byttneria sp.</i>	<i>Stipa ichu</i>
<i>Commelina sp.</i>	<i>Chenopodium ambrosoides</i>
<i>Anagallis arvensis</i>	<i>Agrostis sp.</i>
<i>Cyperus echinatus</i>	<i>Andropogon sp.</i>
<i>Plantago lanceolata</i>	<i>Bromus sp.</i>
<i>Pilea macrophylla</i>	<i>Cortaderia nitida</i>
<i>Pilea minutiflora</i>	<i>Pennisetum longistylum</i>
<i>Furcraea andina</i>	ESPECIES DE ZONAS ALTERADAS
<i>Oxalis spp.</i>	
<i>Echeveria quitensis</i>	<i>Phyllanthus sp.</i>
<i>Alternanthera cf. Brasiliana</i>	<i>Castilleja nubigena</i>
<i>Amaranthus cf. Blitum</i>	<i>Nicandra physaloides</i>
<i>Sida rhombifolia</i>	<i>Borreria sp.</i>
<i>Malva sp.</i>	<i>Rubus sp.</i>
<i>Veronica persica</i>	<i>Trifolium repens</i>
<i>Bidens humilis</i>	<i>Verbena litoralis</i>
<i>Bidens pilosa</i>	<i>Senna tomentosa</i>
<i>Lycianthes sp.</i>	<i>Alternanthera porrigens</i>
<i>Witheringia solanacea</i>	<i>Alternanthera sp.</i>
<i>Blechnum occidentales</i>	<i>Amaranthus sp.</i>
<i>Kalanchoe spp.</i>	<i>Iresine sp.</i>
<i>Arcytophyllum thymifolium</i>	<i>Eurphorbia laurifolia</i>
<i>Acalypha diversifolia</i>	ORQUÍDEAS
<i>Dodonaea viscosa</i>	
<i>Tecoma castanifolia</i>	<i>Epidendrum eventum</i>
<i>Tournefortia spp.</i>	<i>Elleanthus sp.</i>

Nota. Esta tabla muestra la fauna que se puede encontrar en el barrio de Guápulo. Tomado de CEPEIGE, 2008, pp. 27-28.

3.1.4.4 Fauna.

En el área de estudio se encuentran las siguientes aves: la paloma torcaza (*Columba fasciata*), el quinde herrero u orejivioleta ventriazul (*Colibri coruscans*), jilguero real o euphonia capuchiceleste (*Euphonia musica*) y al quinde mosca verde o esmeralda coliazul (*Chlorostilon mellisugus*) (CEPEIGE, 2008, p. 30).

Dimensión económica

Comercio e Industria.

La actividad comercial corresponde a pequeños negocios, los cuales se han ido ubicando alrededor de la plaza y pocas en las vías principales. Guápulo se abastece del equipamiento de los sectores aledaños como la Floresta, Vicentina. La industria en Guápulo se divide en pequeña y mediana, en base a su producción y al número de obreros. Tales son los casos de la Fábrica de Embutidos Federer, la Fábrica Indexa C.A productora de pigmentos o colorantes y aceite, y la textilera Mar y Sol, las cuales dan trabajo a gran parte de la población de Guápulo (CEPEIGE, 2008, p. 33).

Dimensión Cultural

Gastronomía.

- Caldo de Pusún o Treinta y Uno
- El Runaicho
- Tortillas con caucara
- Tamal
- Llamachaqui, en Kechwa significa patas de llama
- La Chicha de Jora o Alojja
- Chawarmishky (CEPEIGE, 2008, p. 42).

Además, durante la celebración de las fiestas de Guápulo la oferta gastronómica se amplía encontrando platos como: fritada, hornado, cevichochos, empanadas de viento, canelazo, morocho, pristiños, humitas, mote con chicharrón, bolones, entre otros (Jijón, F. y Terán, J., 2019).

Leyendas.

La memoria histórica de la población de Guápulo presenta relatos de leyendas que son parte de su patrimonio cultural:

- La Cacica Lorenza, en referencia a la "India Lorenza", morena escultural que residía en Guápulo en el año 1717.
- La Yumba Perdida. El cerro Rollo identificó a una mujer yumba muy hermosa, se enamoró y la raptó sumergiéndola en las aguas torrentosas.

- La Carroza del Diablo. Tropel de caballos que jalaban una carroza. Su jinete era un caballero muy apuesto de piel blanca y de cabellos rubios; los caballos y la carroza estaban cubiertos de capas y de adornos similares a los del Jinete... se trataba de la carroza del diablo.
- La Chaca y su Tesoro. En el lugar donde hoy está la fábrica Mar y Sol, una persona cavaba un hueco y depositaba joyas y dinero, luego procedió a taparlo, se incorporó y pronunció "no saldrás, si no te traen un plato con papas y cuy, chicha y una botella de trago".
- La Viuda. En la noche, a un vecino, cuando pasaba por la vuelta del Quingo Grande (actualmente los tanques de agua), súbitamente se le presentó una señorita muy elegante que a ratos bailaba y en otros saltaba delante de él, rechinando sus enaguas blancas, queriendo detener el paso de nuestro personaje, pero él seguía adelante.
- El Ninahuilli. Una de las lavanderas escuchó el lamento de un niño... le brindó cariño y lo puso a sus espaldas... la buena mujer ascendía por el camino, sintió que su carga era más pesada, la sorpresa fue aterradora, el niño se había convertido en un pequeño diablito que botaba fuego por los ojos...
- El compactado con el diablo. Hace muchos años vivió en Guápulo un hombre de una suerte para encontrar "entierros", razón por la cual amasó una gran fortuna. Se dice que este personaje con mucha audacia y coraje no cesaba de buscar lugares en donde se creían que existían tesoros escondidos.
- Otras corresponden a: Un Espíritu Maligno, La Viuda, Sustos de los Hermanitos de la Iglesia, La Caja Ronca, El Duende Juguetón, Las Palomitas Mensajeras, El Duende, El Cuiche, Viso de una Muerte, Gallina con los Pollos de Oro, La Casa Encantada (CEPEIGE, 2008, p. 42).

Atractivos culturales.

- Iglesia de Guápulo
- Plaza Central de Guápulo
- Museo Fray Antonio Rodríguez
- Mirador de Guápulo
- El Arrayán
- El Rollo
- Piedra Grande
- El Chirincho
- Jutaguaico
- El Calvario
- El Infiernillo
- El Socavón

- La Tolita (Jijón, F. y Terán, J., 2019, pp. 31-34).

Atractivos naturales.

- Parque de Guápulo
- Huashayacu
- Chaca
- La piscina (Jijón, F. y Terán, J., 2019, pp. 34-35).

Festividades

Sin duda la celebración que más resalta en el barrio es la Fiesta en honor a la Virgen de Guápulo en donde estas se hicieron latentes desde la construcción del santuario a la virgen del mismo nombre. Se celebran en el mes de septiembre, los moradores del barrio suelen ser elegidos o autoproclamados priostes para las fiestas. La festividad inicia el 30 de agosto con la Novena en la Iglesia, y se cumplen otras actividades como la celebración de la mira, desarrollo de programas artísticos, deportivos, juegos pirotécnicos, carrera de coches de madera por la Av. Conquistadores, bailes populares, procesiones y la entrada de naranjas. Otra festividad importante es la Procesión de Semana Santa, celebrando así el domingo de Ramos, jueves y viernes Santo y el Sábado de Glorias. Y finalmente otra festividad religiosa son las romerías en el mes de mayo, en esta se celebra el inicio de las festividades a la Virgen María, se realiza la eucaristía y procesión. Los habitantes del barrio participan activamente de todas las festividades (Jijón, F. y Terán, J., 2019, pp. 35-37).

Resultados

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta aplicada a los visitantes del barrio de Guápulo para obtener información del perfil del turista para la práctica de turismo experiencial, en base a su percepción de la gestión turística en el barrio de Guápulo. La muestra es de 385 personas a encuestar, el análisis se lo realizo a través de gráficos y tablas para las 27 preguntas que contiene el cuestionario previamente estructurado.

Pregunta 1

Tabla 3

Género del visitante

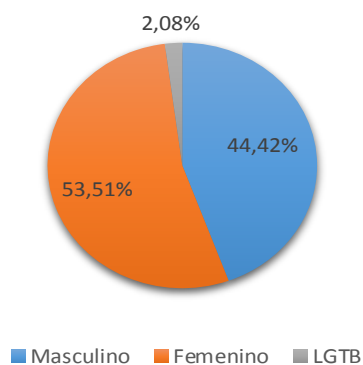
Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	171	44,42%	44,42%
Femenino	206	53,51%	97,92%
LGTB	8	2,08%	100,00%
Total	385	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de personas encuestadas por género, en el que el género femenino fue el predominante.

Interpretación. - El género de las personas que más visitan el barrio de Guápulo es femenino, es decir de las 385 personas encuestadas un total del 53,51%. Las visitas del género masculino están en 44,42% y finalmente el género LGTB es un total de 2,08%. Demuestra que el género femenino es aquel que más visita el barrio de Guápulo, sin embargo, la diferencia es muy pequeña comparada con el género masculino por lo que las estrategias deben ser direccionadas a ambos géneros.

Figura 5

Género del visitante del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de personas encuestadas por género, en el que el género femenino fue el predominante.

Pregunta 2

Tabla 4

Edad del visitante

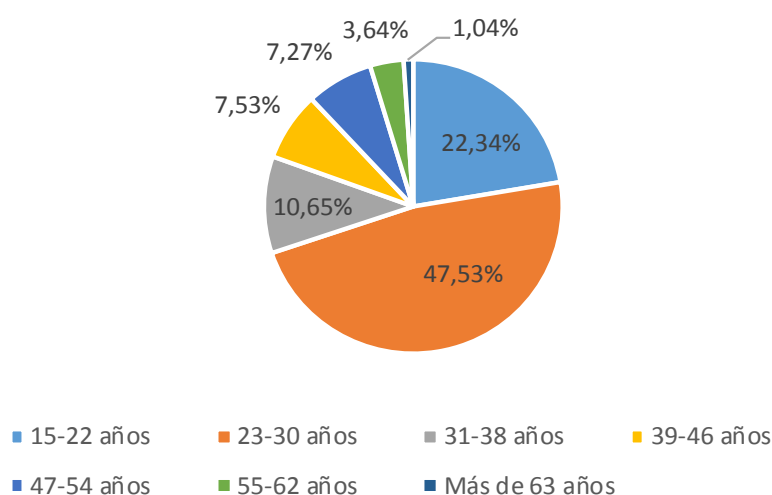
Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
15-22 años	86	22,34%	22,34%
23-30 años	183	47,53%	69,87%
31-38 años	41	10,65%	80,52%
39-46 años	29	7,53%	88,05%
47-54 años	28	7,27%	95,32%
55-62 años	14	3,64%	98,96%
Más de 63 años	4	1,04%	100,00%
Total	385	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de personas encuestadas por edad, en el que la edad comprendida entre 23-30 años fue el predominante.

Interpretación. – Para obtener un rango de edad más acercado a la realidad de los visitantes de Guápulo se han definido 7 rangos desde los 15 años hasta los 63 para determinar a cuál pertenecen los visitantes encuestados. Según los resultados el 47,53% corresponde a personas de 23-30 años, el 22,34% corresponde a personas de 15-22 años, el 10,65% corresponde a personas de 31-38 años, el 7,53% corresponde a personas de 39-46 años, el 7,27% corresponde a personas de 47-54 años, el 3,64% corresponde a personas de 55-62 años y el 1,04% corresponde a las personas mayores de 63 años. A partir de estos datos se identifica que los porcentajes más altos se encuentran en los rangos de personas entre 23-30 y 15-22 años, es decir que las personas jóvenes son en su mayoría quienes visitan el barrio de Guápulo y a quienes deben estar direccionadas las estrategias.

Figura 6

Edad del visitante del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de personas encuestadas por edad, en el que la edad comprendida entre 23-30 años fue el predominante.

Pregunta 3

Tabla 5

Estado civil

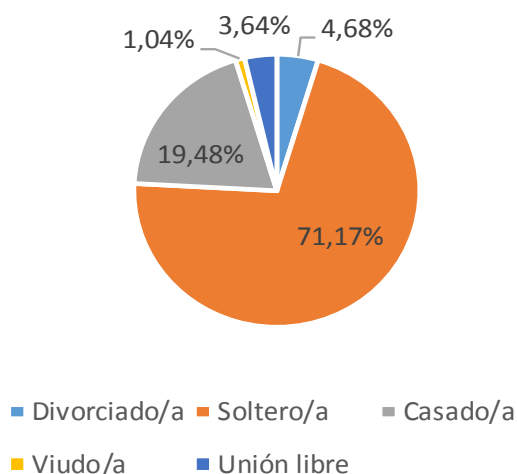
Estado civil	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Divorciado/a	18	4,68%	4,68%
Soltero/a	274	71,17%	75,84%
Casado/a	75	19,48%	95,32%
Viudo/a	4	1,04%	96,36%
Unión libre	14	3,64%	100,00%
Total	385	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de personas encuestadas por estado civil, en el que el estado civil de soltero/a fue el predominante.

Interpretación. – Se han establecido 5 opciones en referencia al estado civil de los visitantes del barrio de Guápulo. Según los resultados el 71,17% corresponde a personas en estado civil de soltero/a, el 19,48% corresponde a personas en estado civil de casado/a, el 4,68% corresponde a personas en estado civil de divorciado/a, el 3,64% corresponde a personas en estado civil de unión libre y el 1,04% corresponde a las personas en estado civil de viudo/a. A partir de estos datos se identifica el porcentaje más alto es de las personas en estado civil de soltero/a, es decir que el enfoque de las estrategias para el desarrollo del turismo en el barrio debe ser dirigida a estas personas.

Figura 7

Estado civil del visitante del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de estado civil del visitante del barrio de Guápulo, en el que el estado civil de soltero/a fue el predominante.

Pregunta 4

Tabla 6

Nivel de educación

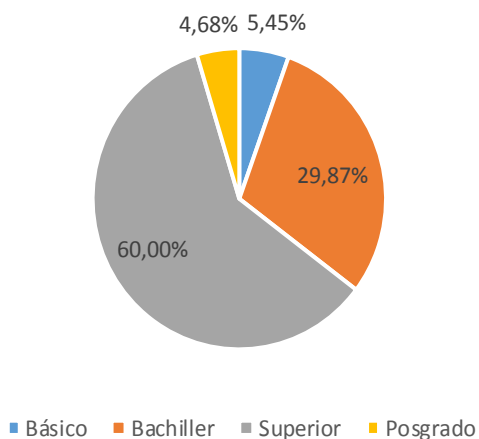
Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Básico	21	5,45%	5,45%
Bachiller	115	29,87%	35,32%
Superior	231	60,00%	95,32%
Posgrado	18	4,68%	100,00%
Total	385	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de nivel de educación del visitante del barrio de Guápulo, en el que el nivel de educación superior fue el predominante.

Interpretación. – Se han establecido 4 ítems sobre el nivel de educación de los visitantes del barrio de Guápulo. Según las respuestas obtenidas el 60% corresponde a personas con un nivel de educación superior, el 29,87% corresponde a personas con un nivel de educación de bachiller, el 5,45% corresponde a personas con un nivel de educación básico y el 4,68% corresponde a personas con un nivel de educación de posgrado. A partir de estos datos se identifica que los porcentajes más altos son de personas con un nivel de educación superior y bachiller, es un factor importante a considerar ya que influye en los intereses a la hora de practicar turismo además, de que indica que las personas que tienen este nivel de educación son aquellas que tienen mayores exigencias en el momento de tomar una decisión de viaje.

Figura 8

Nivel de educación del visitante del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de nivel de educación del visitante del barrio de Guápulo, en el que el nivel de educación superior fue el predominante.

Pregunta 5

Tabla 7

Ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Estudiante	109	28,31%	28,31%
Empleado	122	31,69%	60,00%
Estudiante y empleado	43	11,17%	71,17%
Jubilado/a	4	1,04%	72,21%
Desempleado/a	41	10,65%	82,86%
Ama/o de casa	15	3,90%	86,75%
Emprendedor/a	41	10,65%	97,40%
Empresario/a	10	2,60%	100,00%
Total	385	100%	

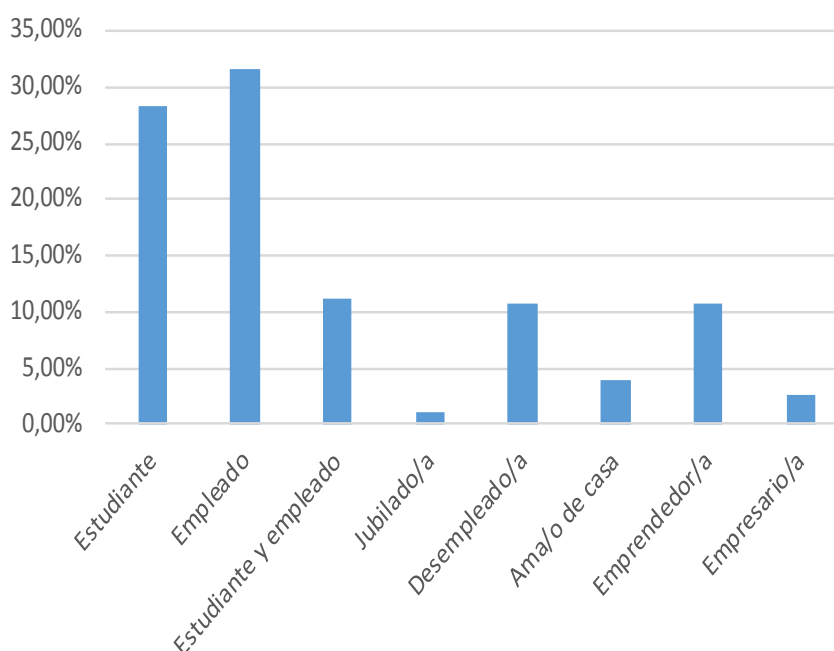
Nota. La tabla representa el porcentaje de ocupación del visitante del barrio de Guápulo, en el que la ocupación de empleado fue el predominante.

Interpretación. – Para realizar un mejor análisis se han establecido 8 áreas de ocupación. Según las respuestas indica que la ocupación de los visitantes del barrio de Guápulo en su mayoría son empleados con un 31,69%, le sigue la ocupación de estudiantes con un 28,31%, le sigue la ocupación de estudiante y empleado con un 11,17% y desempleado con un 10,65%, con el mismo porcentaje se encuentra la ocupación de emprendedor, la ocupación de ama/o de casa con un 3,90%, la ocupación de empresario con un 2,60% y finalmente la ocupación de jubilado/a con un 1,04%. En base a estos datos se identifica que los principales visitantes son empleados con un total de 122 de los cuales 61 corresponden a las edades entre 23 a 30 años, ellos son quienes tienen la capacidad

económica y tiempo los fines de semana para realizar turismo y por otro lado los estudiantes de un total de 109 personas, 57 corresponden a las edades entre 15 y 22 años y 52 a las edades entre 23 y 30 años, ellos son quienes tienen mayor tiempo libre para realizar turismo.

Figura 9

Ocupación del visitante del barrio de Guápulo



Nota. La tabla representa el porcentaje de ocupación del visitante del barrio de Guápulo, en el que la ocupación de empleado fue el predominante.

Pregunta 6

Tabla 8

Ingresos mensuales

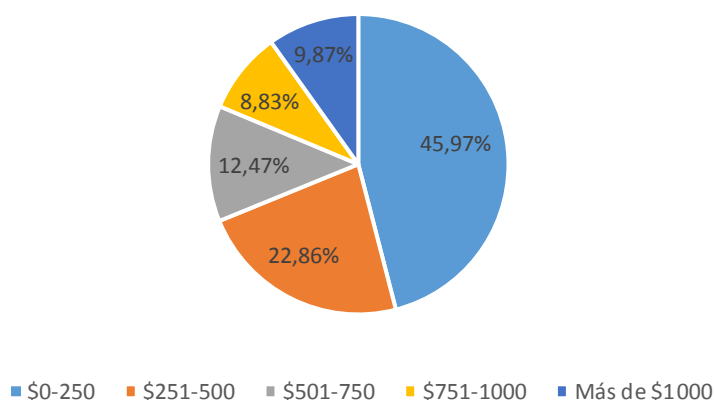
Ingresos mensuales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
\$0-250	177	45,97%	45,97%
\$251-500	88	22,86%	68,83%
\$501-750	48	12,47%	81,30%
\$751-1000	34	8,83%	90,13%
Más de \$1000	38	9,87%	100,00%
Total	385	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de ingresos del visitante del barrio de Guápulo, en el que el ingreso mensual de \$0-250 fue el predominante.

Interpretación. – Para realizar un mejor análisis se han establecido 5 rangos de ingresos económicos en dólares. A partir de las respuestas se determina que con un 45,97% los ingresos mensuales de los visitantes de Guápulo oscilan entre 0-250\$, con un 22,86% los ingresos oscilan entre 251-500\$, con un 12,47% los ingresos oscilan entre 501-750\$, con un 9,87% los ingresos superan los 1000\$ y finalmente con un 8,83% los ingresos oscilan entre 751 a 100\$. Se determina por lo tanto que la mayoría de los visitantes del barrio de Guápulo tienen unos ingresos que oscilan entre 0-250\$, lo que indica que a pesar de que la mayoría de visitantes tienen empleo, son jóvenes profesionales o educándose sus ingresos no llegan ni a un sueldo básico, por lo que se debe adecuar la oferta turística tomando en cuenta esta capacidad económica.

Figura 10

Nivel de ingresos mensuales del visitante del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de ingresos del visitante del barrio de Guápulo, en el que el ingreso mensual de \$0-250 fue el predominante.

Pregunta 7: ¿Con que frecuencia usted visita Guápulo? (Nº de veces en el año)

Tabla

9

Frecuencia de visita

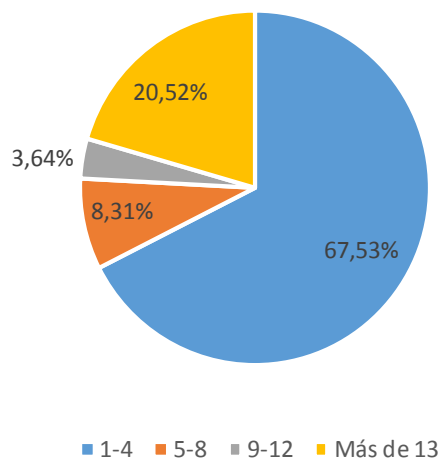
Nº de veces en el año	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1-4	260	67,53%	67,53%
5-8	32	8,31%	75,84%
9-12	14	3,64%	79,48%
Más de 13	79	20,52%	100,00%
Total	385	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de frecuencia de visita de los encuestados, en el que la frecuencia de 1 a 4 veces al año fue la predominante.

Interpretación. – En cuanto a la frecuencia de visita que tienen las personas en el barrio de Guápulo se ha identificado que con un 67,53% la mayoría de personas ha visitado el barrio entre 1-4 veces al año, con un 20,52% las personas han visitado el barrio más de 13 veces al año, con un 8,31% las personas han visitado el barrio entre 5-8 veces al año y finalmente con un 3,64% las personas han visitado el barrio entre 9-12 veces al año. Por lo cual se puede denotar que los visitantes que se dirigen a la comunidad en su mayoría lo hacen entre 1-4 veces, lo que indica que existe una repetición de visita, pero se debe enfocar en acciones de promoción del lugar turísticamente, y aumentar o mejorar la oferta.

Figura 11

Frecuencia de visita de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La tabla representa el porcentaje de frecuencia de visita de los encuestados, en el que la frecuencia de 1 a 4 veces al año fue la predominante.

Pregunta 8: ¿Con quién viaja?

Tabla 10

Compañía

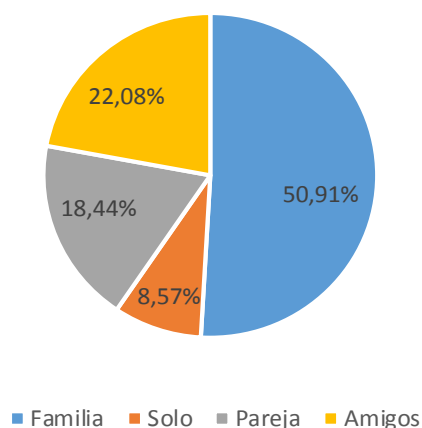
Compañía	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Familia	196	50,91%	50,91%
Solo	33	8,57%	59,48%
Pareja	71	18,44%	77,92%
Amigos	85	22,08%	100,00%
Total	385	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción compañía de los visitantes del barrio de Guápulo, en el que la opción de familia fue la predominante.

Interpretación. – Con un 50,91% se muestra que los visitantes del barrio de Guápulo viajan en familia, con un 22,08% los visitantes viajan con amigos, con un 18,44% los visitantes viajan con su pareja y con un 8,57% los visitantes prefieren viajar solos. Estos datos permiten enfocar la oferta turística en Guápulo hacia las familias y grupos de amigos con actividades y los servicios de alojamiento y alimentación.

Figura 12

Acompañamiento de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción de compañía de los visitantes del barrio de Guápulo, en el que la opción de familia fue la predominante.

Pregunta 9: ¿Cuál es el medio de transporte que ha usado para dirigirse al barrio de Guápulo? (puede seleccionar más de uno)

Tabla 11

Medio de transporte

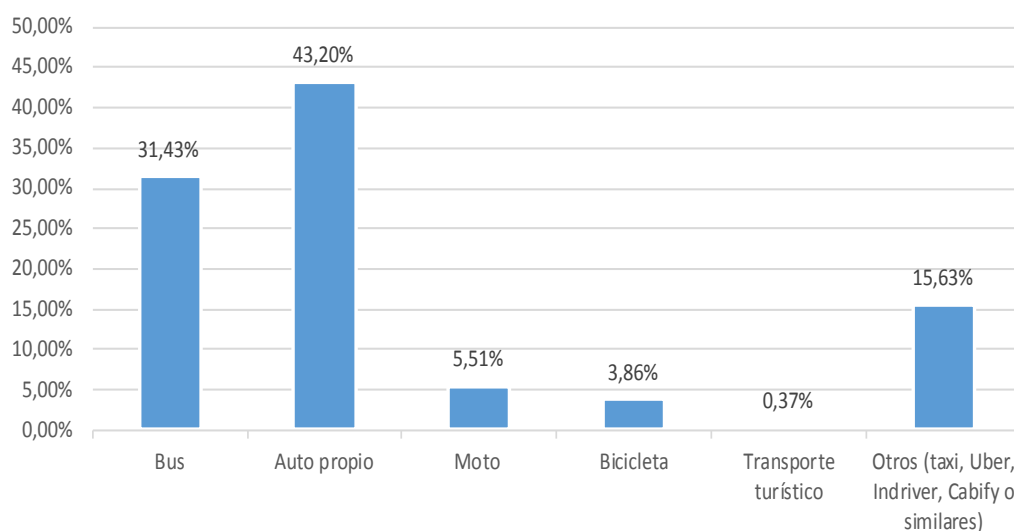
Medio de transporte	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Bus	171	31,43%	31,43%
Auto propio	235	43,20%	74,63%
Moto	30	5,51%	80,15%
Bicicleta	21	3,86%	84,01%
Transporte turístico	2	0,37%	84,38%
Otros (taxi, Uber, Indriver, Cabify o similares)	85	15,63%	100,00%
Total	544	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de medio de transporte de los visitantes del barrio de Guápulo, en el que la opción de auto propio fue la predominante.

Interpretación. – El 43,20% de los visitantes acuden al barrio de Guápulo en auto propio, el 31,43% acuden en bus, el 15,63% acuden en otros medios de transporte como taxi, Uber, Indriver, Cabiby o similares, el 5,51% acuden en moto, el 3,86% acuden en bicicleta y el 0,37% acude en transporte turístico. El acceso a Guápulo principalmente se da en auto propio, en segundo lugar, en bus y en tercer lugar con otro medio de transporte como taxi, Uber, Indriver, Cabiby o similares por lo que se debe considerar la infraestructura en cuestión del parqueadero como servicio a los visitantes, esto también se debe a que viajan en familia o grupos de amigos.

Figura 13

Medio de transporte usado para dirigirse al barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción de medio de transporte de los visitantes del barrio de Guápulo, en el que la opción de auto propio fue la predominante.

Pregunta 10

Tabla 12*Lugar de procedencia*

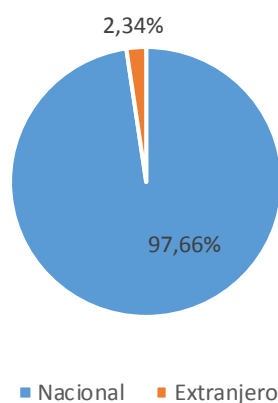
Lugar de procedencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nacional	376	97,66%	97,66%
Extranjero	9	2,34%	100,00%
Total	385	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de lugar de procedencia de los visitantes del barrio de Guápulo, en el que la opción de nacional fue la predominante.

Interpretación. – El lugar de procedencia de casi el total de los encuestados es nacional con un 97,66% que evidencia que la encuesta se difundió a nivel nacional debido a los medios digitales actuales y con un 2,34% la procedencia de los visitantes es del extranjero. Esto demuestra que el turismo al que se debe enfocar es al interno. Este tipo de turismo demanda de mayores esfuerzos para provocar que el turista pernocte en el lugar y no solo sea un lugar de visita por pocas horas, esto se puede lograr con una oferta de alojamiento más atractiva y otras actividades que garanticen su estadía.

Figura 14

Lugar de procedencia de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción de lugar de procedencia de los visitantes del barrio de Guápulo, en el que la opción de nacional fue la predominante.

Pregunta 11**Tabla 13***Lugar de procedencia extranjera*

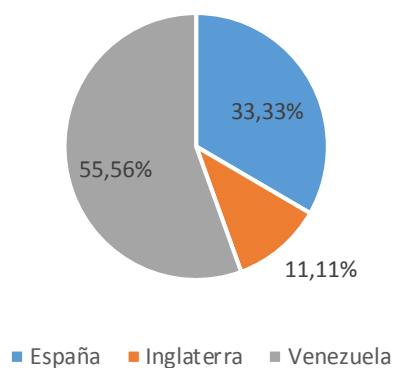
País extranjeros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
España	3	33,33%	33,33%
Inglaterra	1	11,11%	44,44%
Venezuela	5	55,56%	100,00%
Total	9	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de países extranjeros de los visitantes extranjeros del barrio de Guápulo, en el que la opción de Venezuela fue la predominante.

Interpretación. – El lugar de procedencia es de 2,90% es decir 9 personas de las 385 encuestadas, de estos con un 55,56% la procedencia es del país de Venezuela, con un 33,33% el país de procedencia es España, y con un 11,11% el país de procedencia es Inglaterra. Este resultado indica que también se debe tomar en cuenta a los visitantes de procedencia del país de Venezuela principalmente para las actividades turísticas.

Figura 15

País de procedencia de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción de países extranjeros de los visitantes extranjeros del barrio de Guápulo, en el que la opción de Venezuela fue la predominante.

Pregunta 12

Tabla 14

Provincia

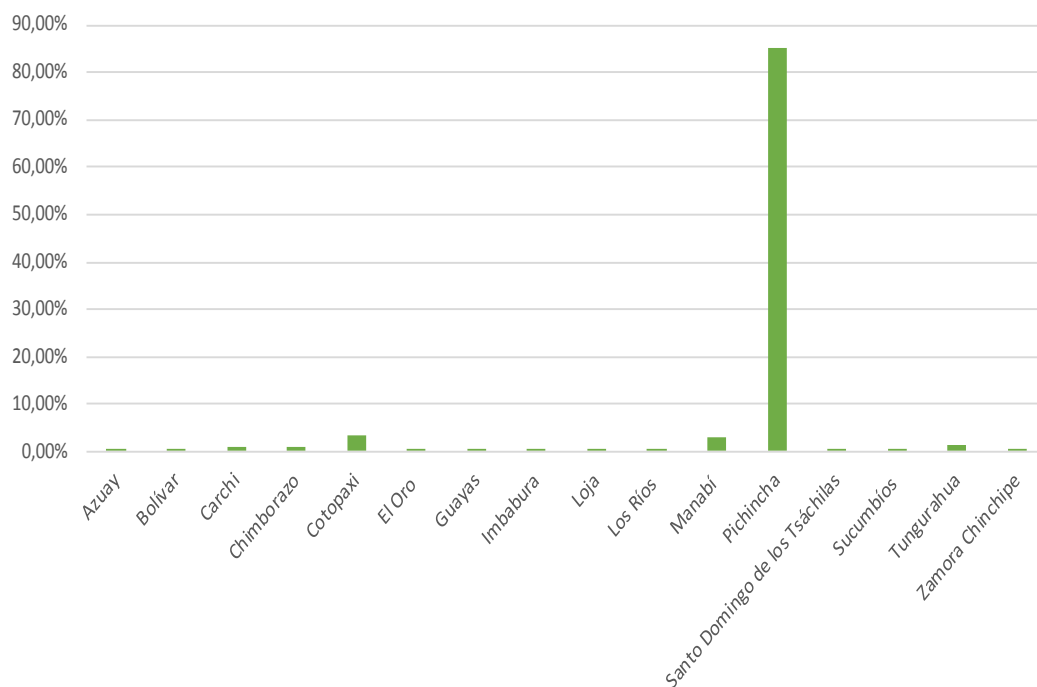
Azuay	3	0,80%	0,80%
Bolívar	3	0,80%	1,60%
Carchi	4	1,06%	2,66%
Chimborazo	4	1,06%	3,72%
Cotopaxi	13	3,46%	7,18%
El Oro	1	0,27%	7,45%
Guayas	1	0,27%	7,71%
Imbabura	2	0,53%	8,24%
Loja	1	0,27%	8,51%
Los Ríos	3	0,80%	9,31%
Manabí	11	2,93%	12,23%
Pichincha	320	85,11%	97,34%
Santo Domingo de los			
Tsáchilas	1	0,27%	97,61%
Sucumbíos	2	0,53%	98,14%
Tungurahua	5	1,33%	99,47%
Zamora Chinchipe	2	0,53%	100,00%
Total	376	100%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de provincias de los visitantes del barrio de Guápulo, en el que la opción de Pichincha fue la predominante.

Interpretación. – La provincia de procedencia de los visitantes nacionales es con gran mayoría de Pichincha con un 85,11% que representa a 320 personas de las 385 encuestadas. Esto es debido a que el lugar está ubicado en el cantón del Distrito Metropolitano de Quito además de que se está realizando la investigación en la misma provincia.

Figura 16

Provincia de procedencia de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción de provincias de los visitantes del barrio de Guápulo, en el que la opción de Pichincha fue la predominante.

Pregunta 13: ¿En cuál de las siguientes actividades estaría motivado a participar? (seleccione 3)

Tabla 15

Actividades turísticas

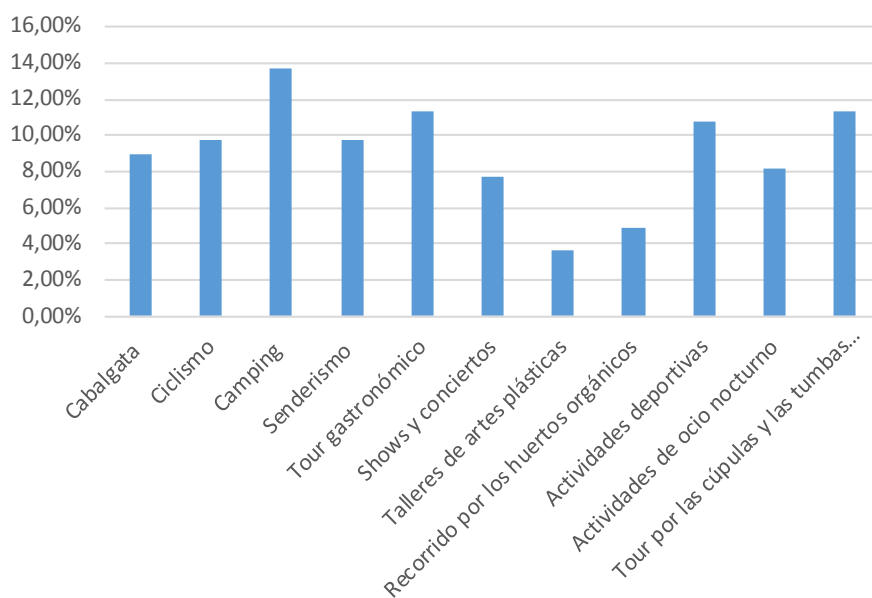
Actividades	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Cabalgata	102	8,92%	8,92%
Ciclismo	112	9,80%	18,72%
Camping	156	13,65%	32,37%
Senderismo	112	9,80%	42,17%
Tour gastronómico	129	11,29%	53,46%
Shows y conciertos	88	7,70%	61,15%
Talleres de artes plásticas	42	3,67%	64,83%
Recorrido por los huertos orgánicos	56	4,90%	69,73%
Actividades deportivas	123	10,76%	80,49%
Actividades de ocio nocturno	94	8,22%	88,71%
Tour por las cúpulas y las tumbas del Santuario	129	11,29%	100,00%
Total	1143	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de actividades turísticas en las que los visitantes estarían motivados a participar.

Interpretación. – De las actividades turísticas planteadas se determinó que el 13,65% de los visitantes prefiere realizar camping, el 11,29% de los visitantes prefiere realizar tour gastronómico y con el mismo porcentaje prefieren realizar el tour por las cúpulas y las tumbas del Santuario y el 10,76% de los visitantes prefiere realizar actividades deportivas. Estos datos indican que la elección de las actividades turísticas tiene relación con el nivel de ingresos económicos, por ejemplo, de las 156 personas que escogieron la actividad de camping, 81 tienen ingresos de 0-250\$ por lo que es una actividad alcanzable a su bolsillo, en cambio al elegir otras actividades requieren de un ingreso mayor.

Figura 17

Actividades de interés para los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción de actividades turísticas en las que los visitantes estarían motivados a participar.

Pregunta 14: Seleccione los atractivos que conoce del barrio: (puede seleccionar más de uno)

Tabla 16

Atractivos turísticos

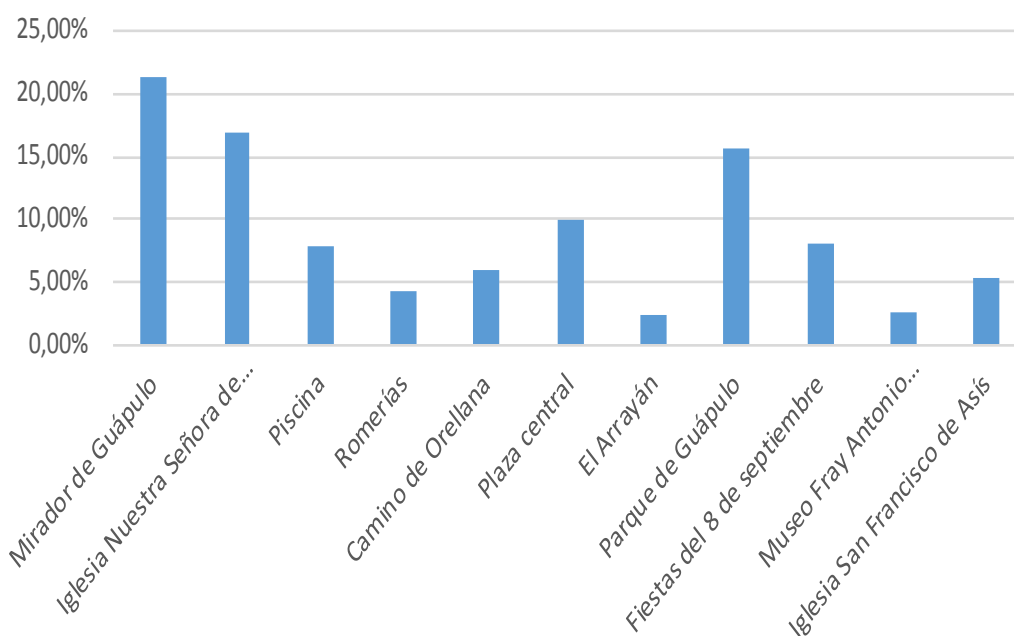
Atractivos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Mirador de Guápulo	328	21,26%	21,26%
Iglesia Nuestra Señora de Guápulo	260	16,85%	38,11%
Piscina	122	7,91%	46,01%
Romerías	65	4,21%	50,23%
Camino de Orellana	92	5,96%	56,19%
Plaza central	154	9,98%	66,17%
El Arrayán	36	2,33%	68,50%
Parque de Guápulo	241	15,62%	84,12%
Fiestas del 8 de septiembre	123	7,97%	92,09%
Museo Fray Antonio Rodríguez	40	2,59%	94,69%
Iglesia San Francisco de Asís	82	5,31%	100,00%
Total	1543	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de los atractivos que conocen los visitantes del barrio de Guápulo.

Interpretación. – El atractivo turístico más conocido por los visitantes es el Mirador de Guápulo con un 21,26%, le sigue la Iglesia Nuestra Señora de Guápulo con un 16,85%, el parque de Guápulo con un 15,62% y la plaza central con un 9,98%. Al conocer esta información se identifica que muchos de los otros atractivos que Guápulo tiene para ofrecer no son conocidos por los visitantes por lo tanto se deben enfocar acciones en actividades de publicidad y difusión.

Figura 18

Atractivos que conocen los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción de los atractivos que conocen los visitantes del barrio de Guápulo.

Pregunta 15: Seleccione los establecimientos turísticos que conoce de alimentos y bebidas: (puede seleccionar más de uno)

Tabla 17

Establecimientos turísticos de alimentos y bebidas

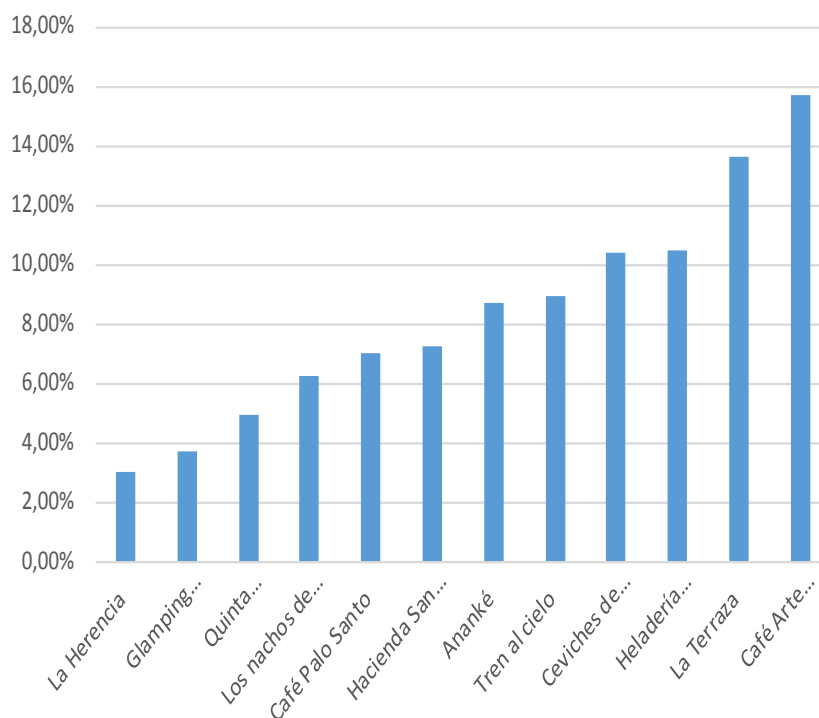
Establecimientos turísticos de alimentos y bebidas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
La Herencia	27	3,01%	3,01%
Glamping Killari María	33	3,68%	6,70%
Quinta Huasipungo	44	4,91%	11,61%
Los nachos de Goyito	56	6,25%	17,86%
Café Palo Santo	63	7,03%	24,89%
Hacienda San Marcos	65	7,25%	32,14%
Ananké	78	8,71%	40,85%
Tren al cielo	80	8,93%	49,78%
Ceviches de Guápulo	93	10,38%	60,16%
Heladería D'VERITAS	94	10,49%	70,65%
La Terraza	122	13,62%	84,26%
Café Arte Guápulo	141	15,74%	100,00%
Total	896	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que conocen los visitantes del barrio de Guápulo.

Interpretación. – Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas conocidos por los visitantes son el Café Arte Guápulo con un 15,74%, le sigue el restaurante La Terraza con un 13,62%, la Heladería D'VERITAS con un 10,49%, los ceviches de Guápulo con un 10,38% y el restaurante-bar Tren al cielo con un 8,93%. Al conocer esta información se identifica que muchos de los otros establecimientos que Guápulo tiene para ofrecer no son conocidos por los visitantes por lo que se debe mejorar la difusión de los mismos.

Figura 19

Establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que conocen los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción de los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que conocen los visitantes del barrio de Guápulo.

Pregunta 16: En su visita al barrio de Guápulo, ¿Qué tipo de alojamiento preferiría utilizar? (Escoja solo 1 respuesta)

Tabla 18

Tipo de alojamiento

Tipo de alojamiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Hotel	49	12,73%	12,73%
Hostal	36	9,35%	22,08%
Hostería	40	10,39%	32,47%
Hacienda turística	61	15,84%	48,31%
Camping	70	18,18%	66,49%
Glamping	38	9,87%	76,36%
Casa de huéspedes (Air BnB)	21	5,45%	81,82%
Con un familiar, amigo o conocido	70	18,18%	100,00%
Total	385	100,00%	

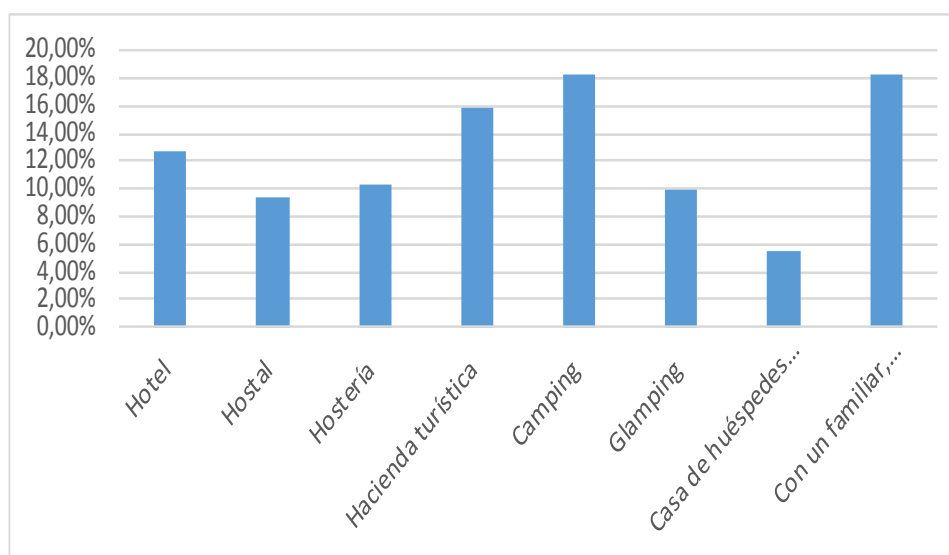
Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de tipo de alojamiento que preferirían utilizar los visitantes del barrio de Guápulo.

Interpretación. – El tipo de alojamiento preferido por los visitantes cuando visitan el barrio de Guápulo es con un familiar, amigo o conocido con un 18,18% y con el mismo

porcentaje la opción de Camping y con un 15,84% la Hacienda Turística. Esta información permite desarrollar oferta turística que se adapte a las preferencias del visitante y también con la práctica del turismo experiencial aplicado en los barrios emergentes de San Francisco de Miravalle alto y bajo.

Figura 20

Alojamiento de preferencia para los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de tipo de alojamiento que preferirían utilizar los visitantes del barrio de Guápulo.

Pregunta 17: Considerando las actividades, el transporte, la alimentación, el alojamiento y la guía, ¿cuánto estaría dispuesto a gastar en una visita de un día al barrio de Guápulo?

Tabla 19

Gasto de los visitantes

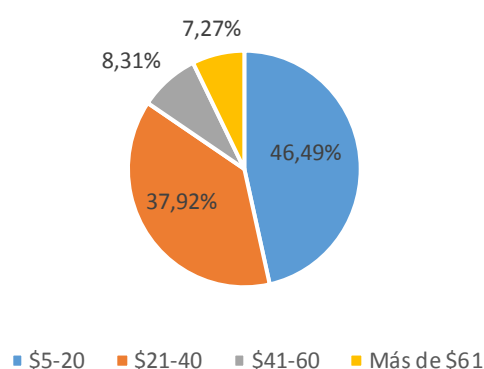
\$	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
\$5-20	179	46,49%	46,49%
\$21-40	146	37,92%	84,42%
\$41-60	32	8,31%	92,73%
Más de \$61	28	7,27%	100,00%
Total	385	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de gasto de una visita en barrio de Guápulo, en el que la opción de \$5-20 fue la predominante.

Interpretación. – Para un día de visita considerando las actividades, el transporte, la alimentación, el alojamiento y la guía los visitantes están dispuestos a gastar entre 5-20\$ con un 46,49%, entre 21-40\$ con un 37,92%, entre 41-60\$ con un 8,31% y más de 61\$ con un 7,27%. Esto determina que el gasto que prefieren realizar es el mínimo debido a que muchos de los atractivos no cuestan y los precios en la alimentación y otros servicios son muy accesibles, además la mayoría de personas llevan sus propios alimentos para consumirlos o prepararlos por ejemplo al Parque de Guápulo, debido al nivel de ingresos entre \$0-250 con un 45,22% y por la poca promoción de la oferta en alojamiento la mayoría de los visitantes no han pernoctado en el lugar.

Figura 21

Gasto de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción de gasto de una visita en barrio de Guápulo, en el que la opción de \$5-20 fue la predominante.

Pregunta 18: ¿Cuál es el grado de satisfacción respecto a la hospitalidad por parte de los moradores?

Tabla 20

Grado de satisfacción

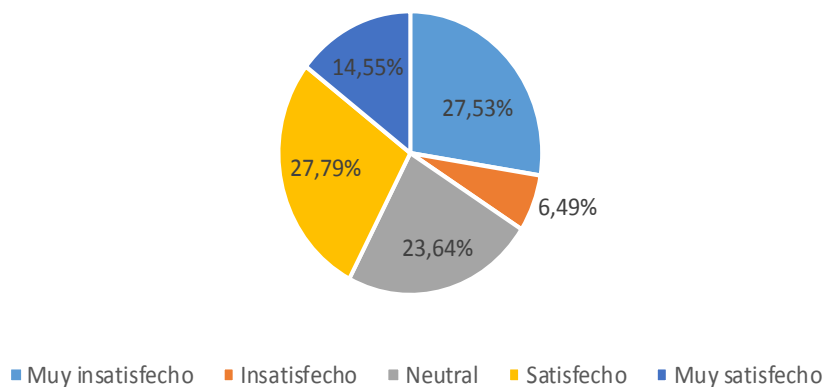
Grado de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Muy insatisfecho	106	27,53%	27,53%
Insatisfecho	25	6,49%	34,03%
Neutral	91	23,64%	57,66%
Satisfecho	107	27,79%	85,45%
Muy satisfecho	56	14,55%	100,00%
Total	385	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de grado de satisfacción de visitar el barrio de Guápulo, en el que la opción de satisfecho fue la predominante.

Interpretación. – Respecto al grado de satisfacción sobre la hospitalidad de los moradores del barrio de Guápulo las opiniones son divididas desde satisfecho con un 27,79% lo que indica que ese porcentaje de visitantes está satisfecho respecto a la hospitalidad, muy insatisfecho con un 26,53% y el grado neutral con un 23,64% lo que indica que los visitantes no están muy satisfechos con la hospitalidad de los moradores por lo que se determina que hay situaciones con aciertos y otras con fallas que ocasiona esta percepción por los visitantes, además de que los visitantes al dirigirse a lugares gratuitos no interactúan mucho con los residentes, sin embargo se debe realizar socializaciones con la comunidad para mejorar la hospitalidad hacia los visitantes.

Figura 22

Opinión de la hospitalidad de los moradores por parte de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción de grado de satisfacción de visitar el barrio de Guápulo, en el que la opción de satisfecho fue la predominante.

Pregunta 19: ¿Sabía usted que los barrios emergentes de San Francisco de Miravalle Alto y Bajo están incluidos en el barrio de Guápulo?

Tabla 21

Conocimiento de la inclusión de los barrios emergentes de San Francisco de Miravalle Alto y Bajo en el barrio de Guápulo

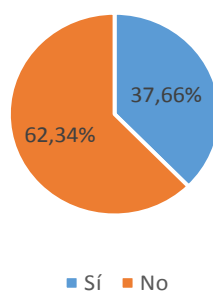
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sí	145	37,66%	37,66%
No	240	62,34%	100,00%
Total	385	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de grado de satisfacción de visitar el barrio de Guápulo, en el que la opción de satisfecho fue la predominante.

Interpretación. – Con un 62,34% las personas encuestadas no tienen conocimiento de la inclusión de los barrios emergentes de San Francisco de Miravalle Alto y Bajo en el barrio de Guápulo mientras que el 37,66% si conocía este dato. Esto permite identificar la percepción de exclusión de la gestión en el tema turístico en estos barrios con potencialidades por lo que el barrio de Guápulo además de ofertar turismo en temas culturales e históricos se puede ampliar al turismo de naturaleza dando más realce a estos lugares.

Figura 23

Conocimiento de la inclusión de los barrios emergentes de San Francisco de Miravalle Alto y Bajo en el barrio de Guápulo



Nota. La tabla representa el porcentaje de opción de grado de satisfacción de visitar el barrio de Guápulo, en el que la opción de satisfecho fue la predominante.

Pregunta 20: En base al lugar. ¿Cuál es su nivel de apreciación acerca del trabajo de estos actores: las autoridades del Turismo en Quito, el Cabildo de Guápulo y la comunidad?

Tabla 22

Nivel de apreciación acerca del trabajo de las autoridades del Turismo en Quito

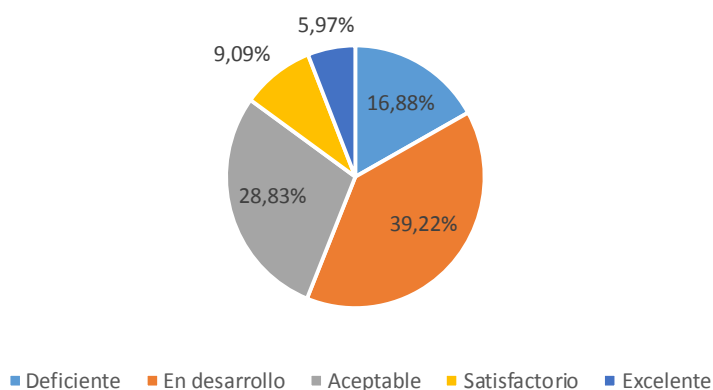
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Deficiente	65	16,88%	16,88%
En desarrollo	151	39,22%	56,10%
Aceptable	111	28,83%	84,94%
Satisfactorio	35	9,09%	94,03%
Excelente	23	5,97%	100,00%
Total	385	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de nivel de apreciación acerca de las autoridades del Turismo en Quito, en el que la opción de en desarrollo fue la predominante.

Interpretación. – La percepción del nivel de apreciación acerca del trabajo de las autoridades del Turismo en Quito en su mayoría es en desarrollo con un 39,22% y aceptable con un 28,83%. Esto indica que la gestión que se está llevando a cabo en el barrio de Guápulo está lejos de ser excelente por lo que se debe coordinar y articular acciones entre las autoridades para proporcionar una mejor gestión en el tema de turismo.

Figura 24

Nivel de apreciación acerca del trabajo de las autoridades del Turismo en Quito, el Cabildo de Guápulo y la comunidad por parte de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de nivel de apreciación acerca de las autoridades del Turismo en Quito, en el que la opción de en desarrollo fue la predominante.

Pregunta 21: Respecto a que los establecimientos sigan criterios sostenibles y responsables con el medio ambiente, ¿cuál es el nivel de importancia para usted?

Tabla 23

Nivel de importancia para los visitantes del barrio de Guápulo de que los establecimientos sigan criterios sostenibles y responsables con el medio ambiente

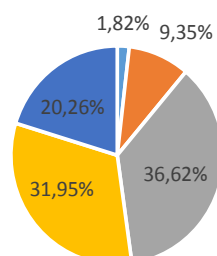
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
No es importante	7	1,82%	1,82%
Poco importante	36	9,35%	11,17%
Importante	141	36,62%	47,79%
Muy importante	123	31,95%	79,74%
Extremadamente importante	78	20,26%	100,00%
Total	385	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de nivel de importancia para los visitantes del barrio de Guápulo de que los establecimientos sigan criterios sostenibles y responsables con el medio ambiente, en el que la opción de importante fue la predominante.

Interpretación. – El nivel de importancia para los visitantes del barrio de Guápulo de que los establecimientos sigan criterios sostenibles y responsables con el medio ambiente es importante con un 36,62% y muy importante con un 31,95%. Esto indica que para las personas encuestadas tiene importancia que los establecimientos sigan estos criterios e influye en su decisión para elegir visitar o entrar a un lugar.

Figura 25

Nivel de importancia para los visitantes del barrio de Guápulo de que los establecimientos sigan criterios sostenibles y responsables con el medio ambiente



■ No es importante ■ Poco importante ■ Importante ■ Muy importante ■ Extremadamente importante

Pregunta 22: ¿Cuál es su percepción sobre el estado físico de la infraestructura turística del barrio de Guápulo?

Tabla 24

Vías de acceso

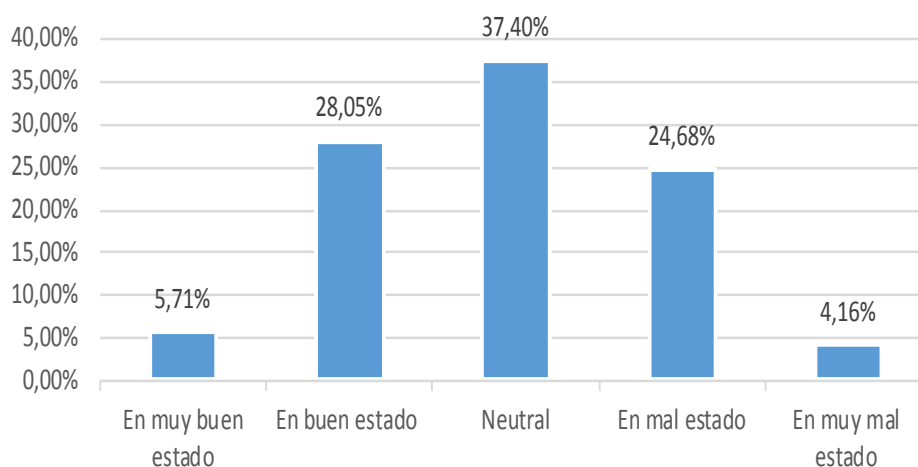
Vías de acceso	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En muy buen estado	22	5,71%	5,71%
En buen estado	108	28,05%	33,77%
Neutral	144	37,40%	71,17%
En mal estado	95	24,68%	95,84%
En muy mal estado	16	4,16%	100,00%
Total	385	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opciones de nivel de percepción sobre el estado físico de las vías de acceso, en el que la opción de neutral fue la predominante.

Interpretación. – Respecto a la percepción sobre las vías de acceso por parte de los visitantes del barrio de Guápulo es neutral con un 37,40% seguida de en buen estado con un 28,05% y en mal estado con un 24,68% las opiniones son divididas sin embargo los resultados indican que se deben realizar mejoras en las vías de acceso.

Figura 26

Percepción sobre las vías de acceso por parte de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opciones de nivel de percepción sobre el estado físico de las vías de acceso, en el que la opción de neutral fue la predominante.

Pregunta 23: ¿Cuál es su percepción sobre el estado físico de la infraestructura turística del barrio de Guápulo?

Tabla 25

Señalética

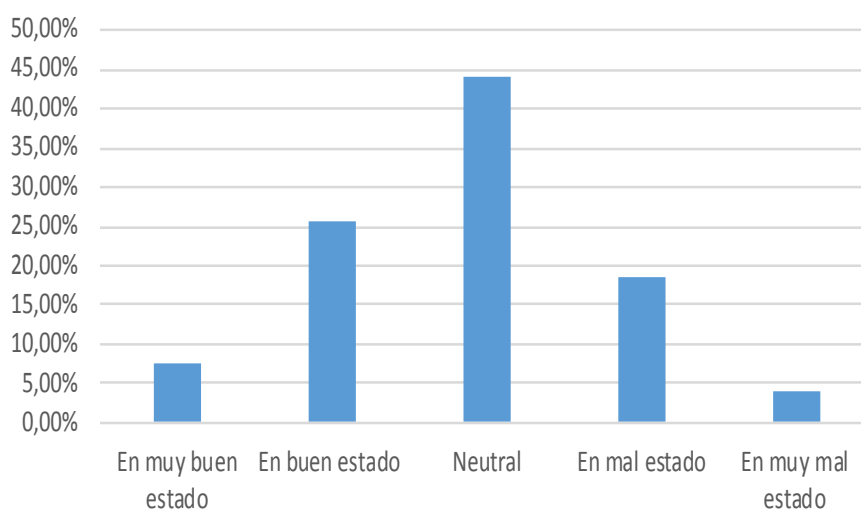
Señalética	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En muy buen estado	29	7,53%	7,53%
En buen estado	99	25,71%	33,25%
Neutral	170	44,16%	77,40%
En mal estado	72	18,70%	96,10%
En muy mal estado	15	3,90%	100,00%
Total	385	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opciones de nivel de percepción sobre el estado físico de la señalética, en el que la opción de neutral fue la predominante.

Interpretación. – Respecto a la percepción sobre la señalética por parte de los visitantes del barrio de Guápulo es neutral con un 44,16% seguida de en buen estado con un 25,71% y en mal estado con un 18,70% las opiniones son divididas sin embargo los resultados indican que se deben realizar mejoras en la señalética.

Figura 27

Percepción sobre la señalética por parte de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opciones de nivel de percepción sobre el estado físico de la señalética, en el que la opción de neutral fue la predominante.

Pregunta 24: ¿Cuál es su percepción sobre el estado físico de la infraestructura turística del barrio de Guápulo?

Tabla 26

Transporte público

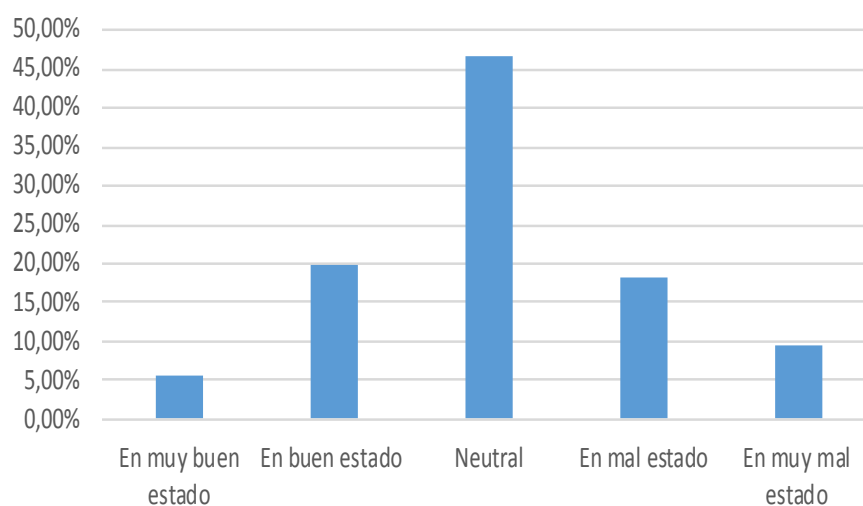
Transporte público	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En muy buen estado	22	5,71%	5,71%
En buen estado	76	19,74%	25,45%
Neutral	180	46,75%	72,21%
En mal estado	70	18,18%	90,39%
En muy mal estado	37	9,61%	100,00%
Total	385	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opciones de nivel de percepción sobre el estado físico del transporte público, en el que la opción de neutral fue la predominante.

Interpretación. – Respecto a la percepción sobre el transporte público por parte de los visitantes del barrio de Guápulo es neutral con un 46,75% seguida de en buen estado con un 19,74% y en mal estado con un 18,18% las opiniones son divididas sin embargo los resultados indican que se deben realizar mejoras en el transporte público.

Figura 28

Percepción sobre el transporte público por parte de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opciones de nivel de percepción sobre el estado físico del transporte público, en el que la opción de neutral fue la predominante.

Pregunta 25: ¿Cuál es su percepción sobre el estado físico de la infraestructura turística del barrio de Guápulo?

Tabla 27

Seguridad

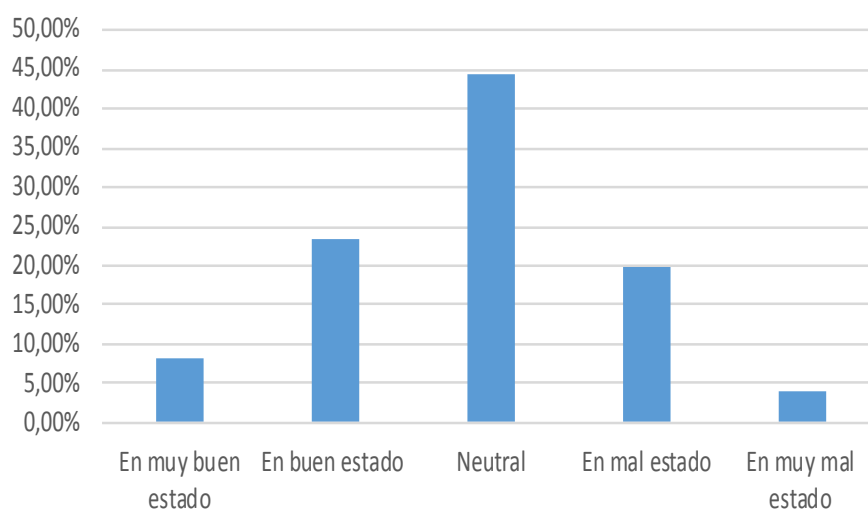
Seguridad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
En muy buen estado	32	8,31%	8,31%
En buen estado	90	23,38%	31,69%
Neutral	171	44,42%	76,10%
En mal estado	77	20,00%	96,10%
En muy mal estado	15	3,90%	100,00%
Total	385	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opciones de nivel de percepción sobre el estado físico de la seguridad, en el que la opción de neutral fue la predominante.

Interpretación. – Respecto a la percepción sobre la seguridad por parte de los visitantes del barrio de Guápulo es neutral con un 44,42% seguida de en buen estado con un 23,38% y en mal estado con un 20% las opiniones son divididas sin embargo los resultados indican que se deben realizar mejoras en la seguridad.

Figura 29

Percepción sobre la seguridad por parte de los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opciones de nivel de percepción sobre el estado físico de la seguridad, en el que la opción de neutral fue la predominante.

Pregunta 26: ¿Por cuál de las siguientes redes sociales prefiere recibir información de las actividades turísticas del barrio de Guápulo? (Puede escoger más de una)

Tabla 28

Redes sociales

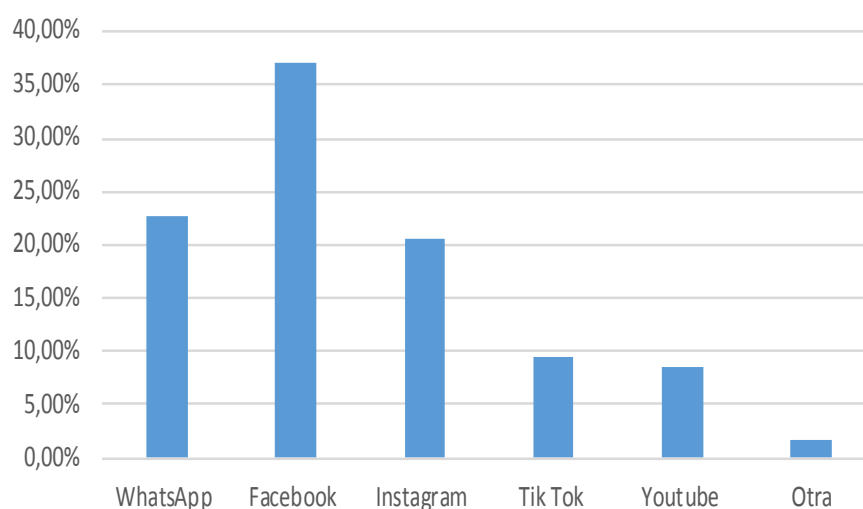
Redes sociales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
WhatsApp	181	22,77%	22,77%
Facebook	294	36,98%	59,75%
Instagram	164	20,63%	80,38%
Tik Tok	75	9,43%	89,81%
Youtube	68	8,55%	98,36%
Otra	13	1,64%	100,00%
Total	795	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opciones de redes sociales por las que los visitantes preferirían recibir información, siendo de preferencia la red social de Facebook.

Interpretación. – Las redes sociales de preferencia para recibir información de las actividades turísticas para los visitantes del barrio de Guápulo son Facebook con un 36,98%, le sigue WhatsApp con un 22,77% e Instagram con un 20,63%. Esta con un 1,64% la opción de otras con las respuestas de tv, correo, medios impresos, Hi5, grupos del barrio, publicidad, volantes, correo electrónico, telegram, y noticias. Esto indica que las personas encuestadas tienen la preferencia a recibir información de las actividades turísticas que se realizan en el barrio a través de redes sociales.

Figura 30

Redes sociales de preferencia para recibir información de las actividades turísticas para los visitantes del barrio de Guápulo



Nota. La gráfica representa el porcentaje de opciones de redes sociales por las que los visitantes preferirían recibir información, siendo de preferencia la red social de Facebook.

Pregunta 27: ¿Recomendaría el lugar?

Tabla 29

Recomendación del lugar por parte de los visitantes del barrio de Guápulo

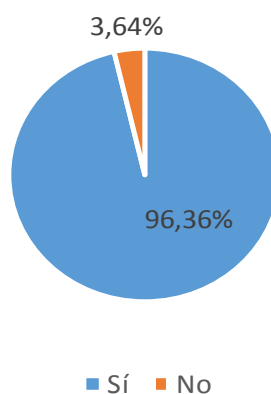
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajeacumulado
Sí	371	96,36%	96,36%
No	14	3,64%	100,00%
Total	385	100,00%	

Nota. La tabla representa el porcentaje de opción sí o no de recomendar visitar Guápulo por parte de los visitantes, siendo de preferencia la opción sí.

Interpretación. – Con un 96,36% las personas encuestadas si recomendarían visitar el barrio de Guápulo mientras que solamente un 3,64% que equivale a 14 personas no lo harían. Con estos resultados se determina que la publicad de boca en boca entre amigos y familiares es primordial para atraer a más visitantes y esto se da al ofrecer un buen servicio y una experiencia inolvidable.

Figura 31

Recomendación del lugar por parte de los visitantes del barrio de Guápulo



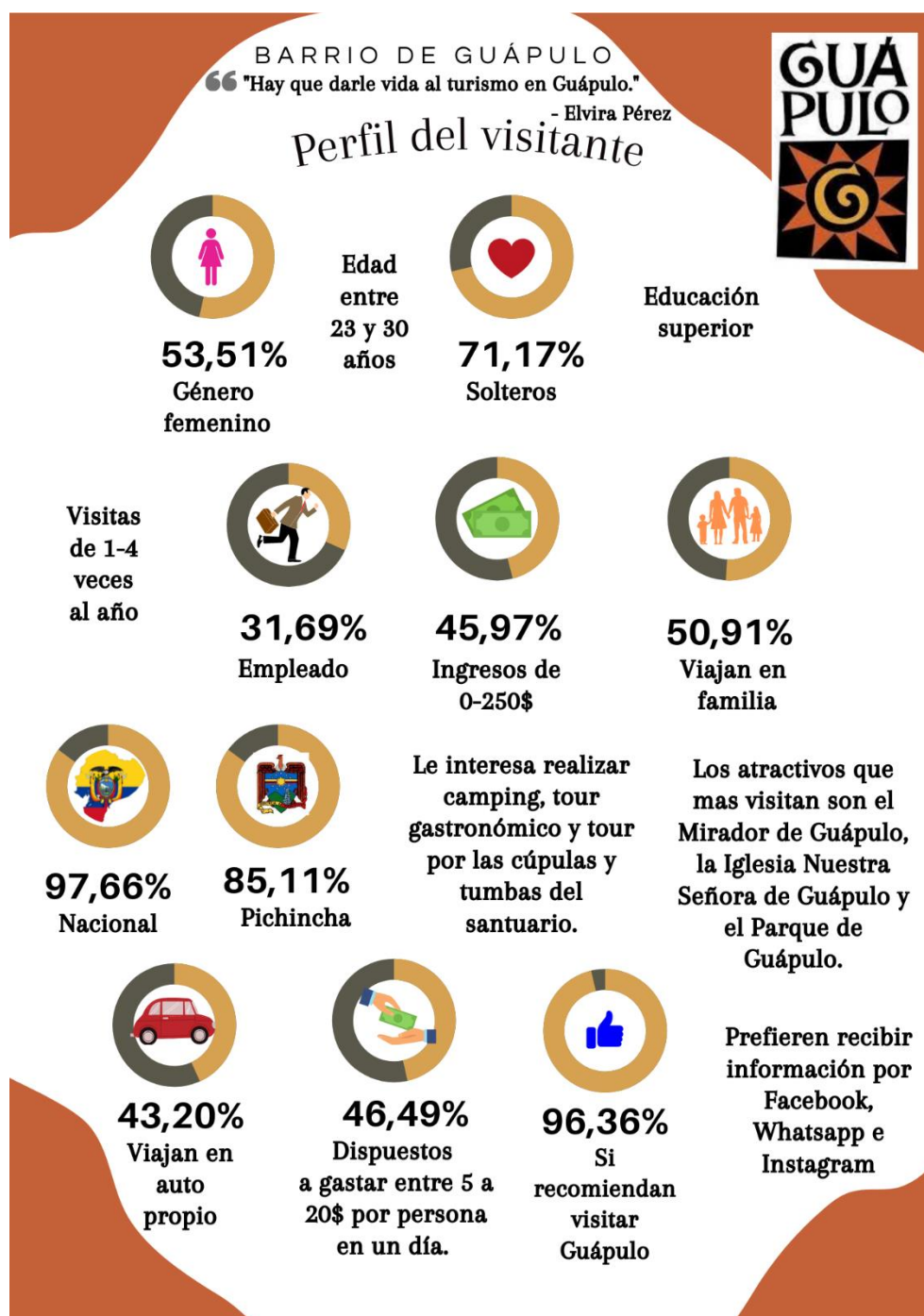
Nota. La gráfica representa el porcentaje de opción sí o no de recomendar visitar Guápulo por parte de los visitantes, siendo de preferencia la opción sí.

Infografía del perfil del visitante

En base a los resultados obtenidos de las encuestas se determina el siguiente perfil del visitante que acude al barrio de Guápulo:

Figura 32

Infografía del perfil del visitante



Nota. La figura representa el perfil de visitante potencial que acude a Guápulo a través de una infografía.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

Para la discusión se ha tomado como base las respuestas y opiniones de las autoridades y de los establecimientos turísticos previamente entrevistados. Realizar un análisis del contexto permitirá conocer las repercusiones favorables o desfavorables de las dimensiones del sistema turístico, así como contrastar las opiniones para encontrar las semejanzas y diferencias. Se han escogido varias dimensiones las cuales se relacionan a los modelos de las teorías planteadas y a los resultados obtenidos a través de los instrumentos. “Lo fundamental de esta segunda etapa del enfoque sistémico es que sirve de base para la concepción integral del turismo (Varisco, 2014, p.75). Es decir, que las dimensiones del sistema turístico pueden analizarse individualmente sin embargo en la mayoría de ocasiones se debe hacerlo de forma integral ya que cada una de las acciones que ocurren en una dimensión puede repercutir a otra.

Entrevistas dirigidas a las autoridades:

1. Representante del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Coordinador de gestión participativa, Omar Gonzalo Suárez Aro, Licenciado en Administración Pública, entrevista realizada el 23 de abril de 2021
2. Representante la Comisión Municipal de Turismo, Asesor de la Concejala de Turismo Analía Ledesma, Elvis Alberto Herrera Cadena, Licenciado en Turismo Histórico Cultural y una Maestría en Dirección Estratégica en la Universidad Internacional Iberoamericana (México), entrevista realizada el 16 de junio del 2021
3. Representante de la Administración Zonal Centro, Técnica de Emprendimiento de la Administración Zonal Centro, Norma del Rocío Reatiqui Hernández, Mgs en Desarrollo Local, entrevista realizada el 20 de junio de 2021
4. Representante del Cabildo barrial, Presidente del Cabildo del barrio de Guápulo, Jaime Ernesto Prado Castro, Ingeniero Civil, entrevista realizada el 27 de abril del 2021
5. Representante del Cabildo barrial, Asesor cultural del Cabildo del barrio de Guápulo, Juan Pablo Guachamin Andrango, Ingeniero Civil, entrevista realizada el 27 de junio de 2021
6. Representante Sectorial del barrio de Guápulo, Presidente del barrio San Francisco de Miravalle Alto, José Leónidas Taco, Tecnólogo en electricidad técnica en redes de alta tensión, entrevista realizada el 21 de abril de 2021
7. Jefe de policías de la UPC del circuito Itchimbía, Teniente Mónica Raquel Aldaz Paredes, Ingeniera Industrial, entrevista realizada el 28 de abril de 2021

Entrevistas dirigidas a los responsables de los establecimientos turísticos del barrio de Guápulo

1. Representante del Restaurante El Goyito, Isaac Gregorio, Propietario, Chef, entrevista realizada el 21 de junio de 2021
2. Representante del Restaurante Bar Tren Loco, Esther Olimpia Morales Quinatoa, Propietaria, entrevista realizada el 29 de junio de 2021
3. Representante del Santuario de Guápulo, Padre Jesús Mosquera, Párroco del Santuario de Guápulo, Superior de la Comunidad Franciscana de Guápulo, Sacerdote de la Comunidad Franciscana, entrevista realizada el 28 de abril de 2021
4. Representante de la Quinta Huasipungo, Oswaldo Páez Barrera, Propietario, Master y Doctor en Historia y Teoría de la Arquitectura, entrevista realizada el 20 de mayo de 2021
5. Representante del Restaurante Ceviches de Guápulo, Diana Estefana Fajardo Mena, Administradora y atención al cliente, Economista, entrevista realizada el 1 de julio de 2021
6. Representante de la Hacienda San Marcos, Arturo Wilson Piñalosa Chilibingua, Propietario, entrevista realizada el 15 de junio de 2021
7. Representante del Café Arte Guápulo, Fidel Mateo Barsola Santos, Administrador, Master Chef center, entrevista realizada el 18 de junio de 2021
8. Representante del Restaurante Ananké, Cristian Cruz, Administrador, Chef, entrevista realizada el 18 de julio de 2021
9. Representante de la Iglesia San Francisco de Asís, María Elvira Pérez Changoluisa, Encargada de la Iglesia, Agricultura urbana orgánica, entrevista realizada el 26 de julio de 2021
10. Representante de la Heladería D´VERITAS, Virginia Elizabeth Ramón Chamba, Propietaria, Ingeniera en contabilidad y auditoría, entrevista realizada el 31 de julio de 2021
11. Representante de Glamping Killari María, Grace Germania Rea Vásquez, Propietaria, Trabajadora Social, entrevista realizada el 31 de julio de 2021

Dimensión Territorial y superestructura

La dimensión territorial y superestructura está conformada por la variable de gestión local y los indicadores de producción, límites geográficos, sectores, organización, agentes socioeconómicos y organismos reguladores, dentro de los instrumentos de investigación se vio reflejada de la siguiente manera:

El territorio se entiende como el espacio construido y ubicado en el centro del sistema para reflejar que es el producto del conjunto de relaciones que se dan en un espacio determinado mientras que la superestructura se conforma por organismos públicos,

privados y del tercer sector quienes planifican y coordinan el sistema turístico. Desde un inicio y desde el punto de vista de producción de Guápulo como un lugar turístico, casi todos los entrevistados coinciden y perciben el gran potencial que tiene el barrio de Guápulo, resaltando su vista, la cercanía, la riqueza histórica, el bagaje cultural, patrimonio arquitectónico y naturaleza que debe ser rescatado, cuidado y valorado. Solamente desde la percepción de Mónica Aldaz, Jefe de policías de la UPC del circuito Itchimbia, el abundante flujo de visitantes que llegan a conocer Guápulo hacen que se convierta en un lugar peligroso porque van a libar o a robar, sobre todo en el Mirador de Guápulo y horas de la noche, pero esto no le quita el potencial que tiene. Además, es una gran oportunidad para incentivar el turismo interno y local ya que los visitantes son nacionales con un 97,76% y de la Provincia de Pichincha con un 85,11%.

Desde la parte territorial con los indicadores de límites geográficos y sectores, Omar Suarez, menciona que Guápulo está ubicado en la parte geo histórica de la ciudad territorialmente que está cercana y próxima a la meseta de Quito. El Auqui y San Francisco de Miravalle que se integra al circuito turístico y tiene una oferta turística interesante con el tema de parapentes, hospedaje, ciclismo, enduro, pesca deportiva y de otros atractivos que lo hacen llamativo. Por otro lado, Elvis Martínez, Asesor Cultural de la Comisión Municipal de Turismo coincide con este punto ya que menciona que el turismo viéndolo desde el territorio puede ser un mecanismo de desarrollo social de las localidades y requiere ese interés de involucramiento de las personas, esto como una alternativa para el turismo tradicional, convencional, para mejorar esa dinámica que crea el monopolio turístico. Guápulo justamente tiene esas características que le permiten ser un atractivo turístico principalmente para lo local y para el turismo interno no dejando a un lado obviamente la capacidad que tiene para que los visitantes extranjeros lo puedan conocer. Además, Rocío Reatiqui, Técnica de Emprendimiento de la Administración Zonal Centro, concuerda con ellos al mencionar que Guápulo está ubicado en una conexión vertebral entre el Centro Histórico y los Valles por lo que lo hace un lugar llamativo para realizar turismo. También, Jaime Ernesto Prado Castro, Presidente del Cabildo del barrio de Guápulo menciona que el lugar tiene un gran potencial turístico por su lugar topográfico, por el santuario histórico y por la declaración de Guápulo como patrimonio de la humanidad que esta anexada al Centro Histórico de Quito y San Francisco de Miravalle llama la atención por su naturaleza y está declarado como zona de protección ecológica. Lo que falta es desarrollarle y promocionarle. Finalmente, Juan Pablo Guachamin, Asesor Cultural del Cabildo del barrio de Guápulo, comenta favorablemente del lugar al mencionar que al estar en la quebrada tiene todo el paisaje natural y al frente El Auqui que lo hace especial además de la Iglesia como el hito del lugar, pero le falta infraestructura en alojamiento. Como ya algunos entrevistados mencionaron al barrio de Guápulo le pertenecen los subsectores de San Francisco de Miravalle bajo y alto, este dato

es desconocido por los visitantes con un 62,34% dato que se halló con la aplicación de una encuesta.

Desde la variable de superestructura se analiza el indicador de organización, Omar Suarez, explica que Guápulo, pertenece a la jurisdicción de la Administración Zonal Centro Manuela Sáenz. Obviamente hay la articulación de los colectivos organizados del sector como son el Cabildo de Guápulo y los emprendimientos que están identificados. Todas las propuestas se articulan con los emprendimientos que están insertados en los Planes Operativos anuales de cada dependencia y cada uno genera sus indicadores y sus objetivos específicos y la idea es cumplir al 100% la realización de estos planes. Se organizan reuniones con el Cabildo en donde se revisan actividades específicas y se plantean otras actividades para ejecutar. Elvis Martínez, Asesor Cultural de la Comisión Municipal de Turismo, también explica la organización dentro de su institución, se cuenta con la Planificación Enamórate de Quito. La única que le sirvió a la ciudad fue Plan Equinoccio 2030 en la época de Paco Moncayo en la primera administración que fue un pilar importante ya que hizo que se empodere la ciudad. Muchas veces se cree que legislando se consiguen cosas a corto plazo y no es así, esto se lo consigue con planificaciones a largo plazo y con esto se da trabajo, turismo, cultura entre muchas cosas más. Por otro lado, Rocío Reatiqui, Técnica de Emprendimiento de la Administración Zonal Centro, menciona que dentro de la institución a la que representa no se cuenta con una planificación enfocada al turismo, pero la unidad de Cultura y Turismo están trabajando en ello con las Políticas de desarrollo Territorial enfocadas a mejorar la matriz productiva que se incorpora en la innovación, tecnología y el turismo específicamente el comunitario y agroecológico. Jaime Ernesto Prado Castro, Presidente del Cabildo del barrio de Guápulo, también explica que el Cabildo se conforma por el Presidente, Vicepresidente, Secretaria y Comisiones, dentro de las Comisiones se encuentra la de Cultura encargada de gestionar el tema turístico como las Fiestas de Guápulo, sin embargo, se ha estancado por la Pandemia, la gestión de presidente tiene una duración de 1 año, debido a la pandemia no se ha podido realizar el cambio de directiva por lo que se han alargado sus funciones. Finalmente, Juan Pablo Guachamin, Asesor Cultural del Cabildo del barrio de Guápulo, menciona que el Cabildo realmente sigue una tradición más que una planificación, antes de la pandemia se formó un comité, pero no funciono se dio un conflicto entre el comité, el cabildo y el pastoral porque cada uno tenía diferente forma de gestión.

Desde la variable de superestructura se analiza los indicadores de agentes socioeconómicos y organismos reguladores, Omar Suarez, menciona que como dependencia municipal las instituciones encargadas en fomentar el tema turístico participativo y de emprendimiento y demás existe un estrecho vínculo con otras dependencias conectadas en este caso Quito Turismo, Desarrollo Participativo. Dentro de la planificación está el tema de desarrollar ferias, el caso del proyecto e iniciativa llamada

Ruta de Guápulo, se daban ferias de emprendimiento de forma constante actualmente no por la emergencia sanitaria. La idea es tener una oferta interesante para el turista que le permita tener una experiencia y una apreciación diferente. Elvis Martínez, Asesor Cultural de la Comisión Municipal de Turismo explica que hay muchas voces y visiones diferentes, pero no hay consensos, ni proyectos en común y muchos menos objetivos comunes por lo que no se tiene claro cuál es el enfoque. Al no tener la misma fuerza esas voces de representatividad se contraponen y existe un conflicto con el liderazgo. Las asambleas deben ser un aterrizaje de planificaciones y desarrollo que existe en la ciudad y estar articulados hacia las políticas públicas que se generan desde los espacios legislativos o ejecutivos de la municipalidad, así debería funcionar, pero lastimosamente no es así. Todo esto responde a una descoordinación o una desconexión entre las autoridades que les representa, las directivas electas de las localidades y el no trabajar hacia proyectos en común. El nivel Gerencial más importante en ámbito de turístico es la Secretaria Nacional de Desarrollo, es el ente planificador y rector en turismo que debe estar a cargo de todo. Jaime Ernesto Prado Castro, Presidente del Cabildo del barrio de Guápulo, menciona que antes de la pandemia dentro de la planificación se estaba trabajando con dos hojas de ruta realizadas por Doménica Arias de la Universidad de la UDLA, el objetivo era visitar varios atractivos del barrio. Entre otras de sus gestiones ella logró obtener la Marca de Guápulo aprobada por el Municipio y diseñada por la artista Paula Barragán, lo mismo se podría gestionar para San Francisco de Miravalle. José Leónidas Taco, Presidente del barrio San Francisco de Miravalle Alto, cuenta que además lo que se hace falta es coordinar mediante alguna institución o autogestión del barrio mismo que sea impulsado por los propios moradores. Lo importante es que siempre alguna autoridad competente en este caso el Ministerio de Turismo ayude con la visión y una planificación a largo plazo. Además, en relación al indicador de transporte menciona que recientemente gracias a la zona centro y la Alcaldía se realizó casi 800 metros de vereda y bordillos en la vía y se tiene la esperanza de que en la siguiente etapa se pueda hacer la ampliación. Si hay una vía mejorada atraerá a más visitantes quienes circulen por la vía ya sea caminando, en bicicleta, moto o auto. Esta información es muy importante ya que los visitantes que se dirigen al barrio en auto propio son un 43,20% seguido de un 31,43% que toman la opción de bus como medio de transporte por lo que es muy importante mejorar el estado de la vía. Además, la percepción sobre las vías de acceso por parte de los visitantes del barrio de Guápulo es neutral con un 37,40% seguida de en buen estado con un 28,05% y en mal estado con un 24,68%, es decir que las opiniones son divididas sin embargo los resultados indican que se deben realizar mejoras en las vías de acceso. Mónica Aldaz, Jefe de policías de la UPC del circuito Itchimbía, explica que desde su rol las cosas son diferentes ya que no se cuenta con planificación ni tampoco existe ninguna gestión para el desarrollo turístico en el barrio sino solo en temas de seguridad para la comunidad. Finalmente, Juan Pablo Guachamin,

Asesor Cultural del Cabildo del barrio de Guápulo, coincide con lo explicado por el Presidente del Cabildo mencionando que él ha sido encargado de traer la banda para la fiesta, organizar a los disfrazados y las actividades que le competían. Se organizaban también otro tipo de eventos deportivos, religiosos y sociales. La última gestión grande que se realizó fueron las fiestas de Guápulo del año 2019. Lastimosamente su trabajo empezó pocos meses antes de la pandemia, se tuvo acercamiento hacia el Instituto Metropolitano de Patrimonio, al Municipio, pero con el Ministerio de Turismo nunca ha habido ningún tipo de vínculo con el Cabildo. Se han realizado programas sociales independientes por ejemplo se gestionó Kit de víveres para las familias de Guápulo y San Francisco de Miravalle. Si algún establecimiento tiene contacto con alguna autoridad es personal no se gestiona mediante el Cabildo. El turismo no es el enfoque del Cabildo es visto más bien como una herramienta para que la comunidad tenga ingresos. El nivel de apreciación del trabajo en el barrio por parte de las autoridades del Turismo en Quito es considerado como en desarrollo con un 39,22% por aquellas personas que han visitado el lugar, esto indica que la gestión que se está llevando a cabo en el barrio de Guápulo está lejos de ser excelente por lo que se debe coordinar y articular acciones entre las autoridades para proporcionar una mejor gestión en el tema de turismo.

Para finalizar con esta dimensión se considera oportuno analizar los puntos de vista de las personas entrevistadas en base al considerar al Turismo experiencial como un factor de desarrollo turístico para el barrio de Guápulo. Todos los puntos de vista de los entrevistados son favorables al tema. Omar Suarez, considera que, si es una alternativa, ya que la idea es desarrollar el turismo comunitario, empoderando a la gente de su sector y que sean los propios moradores quienes lo muestren turísticamente. Elvis Martínez, también opina que es una alternativa ya que considera que todo lo que puede generar una diversificación de la oferta permite descongestionar los atractivos convencionales o habituales y también generar nuevas oportunidades ya sea de trabajo o de desarrollo y el turismo experiencial va a dinamizar la economía local, además de que existe una visión de que se interconecte con toda la oferta turística del sector y de las partes aledañas. Actualmente, el turista se aventura a sentir desde 0 las nuevas experiencias y en Ecuador se ofrecen experiencias que salen de lo cotidiano y lo común. Rocío Reatiqui, considera que sería un punto favorable, de acuerdo al publicó que se enfoque y que, por un lado, el turismo vivencial se liga a los visitantes extranjeros quienes buscan las experiencias comunitarias y, por otro lado, esto permitiría esforzarse a las familias de la comunidad a mejorar su formación; así como un desarrollo local productivo interno. Jaime Ernesto Prado Castro, opina que lastimosamente no se ha tenido ni en Guápulo ni en San Francisco de Miravalle gestión para este ámbito, pero desde luego puede ser una alternativa para el barrio porque tiene mucho potencial. José Leónidas Taco, opina que esta alternativa se puede llevar a cabo de innumerables formas, se puede hacer paseos en caminatas, en

bicicletas o hay quienes vienen en motos a practicar enduro. Mónica Aldaz, opina que el turismo puede tener muchas repercusiones negativas como delincuencia, sin embargo, ella aclara que el turismo experiencial puede llevarse a cabo siempre y cuando este gestionado por personas profesionales en el ámbito turístico, ya que son quienes en verdad valorarán el arte y la cultura del lugar. Juan Pablo Guachamín, opina que Guápulo tiene atracción turística y que los nativos del barrio son quienes tienen más derecho que los externos a sacar provecho del lugar. Además, considera que si el turismo no es bien llevado puede destruir comunidades, identidades o beneficiarse solo un grupo por eso es importante buscar un beneficio para la comunidad. Un caso de éxito es El Salinerito, donde el turismo tiene un objetivo de aprendizaje y se tiene la certeza de que los turistas que llegan van a respetar el lugar. Finalmente, Grace Rea menciona que el turismo experiencia se lleva a cabo a través de brindar un servicio de calidad, una buena atención, una experiencia inolvidable, lograr que el visitante pase un momento ameno con su familia, compañía o solo y que disfrute de la vista, el columpio y todo lo que ofrecen actualmente en Glamping Killari María y lo que se implementara a futuro. Además, se puede trabajar conjuntamente con los otros lugares que existen en el barrio para que los visitantes tengan una experiencia más completa.

Desde el punto de vista de los representantes de los establecimientos turísticos de la percepción de Guápulo como un lugar turístico todos ellos reconocen el potencial y es una de las razones para haberse animado a montar su establecimiento en el lugar. Con referencia a la variable de gestión local y los indicadores de producción, límites geográficos y sectores Isaac Gregorio menciona que hay mucha demanda de visitantes, además actualmente se les puede ofrecer muchas cosas por qué va creciendo cada vez más el turismo, hay variedad de opciones como: cabañas, pesca, canchas deportivas, la iglesia una de las mejores de Quito, ente otros. Su establecimiento se dedica a la comida rápida mexicana y también almuerzos, los fines de semana se preparan platos fuertes como los mariscos. Esther Morales considera que el turismo es bueno, además, por la pandemia las personas que llegan se quedan a gusto y vuelven, es una forma de dar a conocer aún más todo este sector. En su establecimiento principalmente los fines de semana ofrece encebollado, caldo de gallina, tortillas con caucara, cangrejo relleno y la gente acude por esos platos típicos como también la bebida de la guayusa y el canelazo. Principalmente las personas que llegan son de afuera, y los califican muy bien, les dan recomendaciones y les refieren a más clientes, es un punto referencial de la parte alta de San Francisco de Miravalle. El Padre Jesús Mosquera menciona que en primer lugar gracias a los medios de la técnica moderna se puede decir que Guápulo actualmente es conocido en todos los pueblos y naciones, en segundo lugar es conocido porque ciertamente es un sitio privilegiado ya que forma parte de la ciudad metropolitana de Quito, se tiene la suerte de respirar aire puro porque está rodeado de naturaleza maravillosa y de una

forma esto ha ayudado para que en estos meses no hayan habido tantos casos de defunción por el COVID-19. Sin embargo, el mayor atractivo turístico religioso, es el santuario, porque es el icono de Guápulo, una iglesia católica construida para honrar una ocasión especial sobre todo a la Virgen Santísima y también a los Santos y obviamente en primer lugar a Jesucristo, pues entonces este santuario de Guápulo fue construido en los años 1649-1696 para honrar a la Virgen Santísima y tener la vocación de actualmente nuestra señora de Guápulo, pero en sus inicios fue una devoción traída de España de nuestra señora de Guadalupe de Extremadura. Sería excelente que con apoyo de las autoridades se pueda realizar un proyecto de cafetería o restaurante en la plaza del Santuario. Por otro lado, Oswaldo Páez opina que es interesante el potencial turístico de Guápulo por el contraste con el resto de la ciudad, es un pueblo asimilado a la gran urbe y además tiene la suerte de contar con una iglesia de la época colonial. Diana Fajardo opina que en Guápulo y sus alrededores como la Vicentina y la Floresta hay un tejido tradicional de barrio bastante consolidado con todos sus habitantes, eso les hace participe en toda la dinámica y decisión de las políticas públicas que pertenece a los sectores. La mayoría de clientes eran turistas extranjeros, pero por la situación de disminuyó totalmente. Arturo Piñalosa opina que Guápulo es totalmente un lugar con un gran potencial turístico, pero hace falta mucha gestión para que tenga el alcance deseado por los moradores y dueños de emprendimientos turísticos del lugar. Hay mucho que hacer y conocer desde miradores hasta gastronomía típica. Fidel Barsola opina que el turismo en Guápulo dada su trayectoria de casi 30 años de vivir en el barrio ha visto un cambio, está más bonito, más cultural y es histórico, tiene esto que pertenece al casco colonial de Quito y que se puede explotar mediante el turismo, el visitante puede ver los rasgos de la parte arquitectónica y cultural como también su templo y su iglesia que son hermosos y eso es un enganche y un incentivo para que vayan más visitantes y tengan bien cuidado está estructura. Además, considera que su establecimiento es un granito de arena al centro cultural bajo el nombre de Café arte Guápulo que es reconocido por la música y gente de la farándula que ha visitado el lugar. Cristian Cruz opina que, sin duda, es un barrio con mucho potencial turístico y muchos recursos que explotar principalmente la vista que es lo que resalta desde su establecimiento. Su establecimiento resalta por la pizza artesanal en horno de leña, las hamburguesas a la parrilla y el vino hervido. Virginia Ramón menciona que Guápulo es muy atractivo para realizar turismo por la Iglesia, las calles angostas, el barrio pequeño, la naturaleza, lugares como el Parque de Guápulo, La Piscina y toda la historia. Su heladería ha tenido una buena aceptación por parte de los vecinos, familiares y en si la comunidad. Elvira Pérez menciona al tener la Iglesia, las casas de tipo colonial el turismo es un factor importante, pero debe ser gestionado con una buena comunicación entre los interesados tanto moradores como gestores. Hay que darle vida al turismo en Guápulo. Actualmente las personas se han alejado del tema religioso y ya no tienen fe. Son pocas las

que tienen el sentir y la costumbre religiosa de los antepasados. Ahora los niños y jóvenes ya ni siquiera asisten al catecismo porque es un tiempo de 2 años y se desaniman y si la familia permite esto, lo que sucede es que se va perdiendo la religión y la fe, o buscan otras religiones y dejan de lado la iglesia católica. Finalmente, Grace Rea menciona que Guápulo es un barrio olvidado por los mismos quiteños, pero sin duda es un lugar mágico y muy cercano al centro histórico de Quito, resalta del barrio sus estrechos callejones y empinados graderíos, es un lugar que transmite calma y la gente conserva ese sentido de vecindad y convivencia. Hay aún mucho que explotar en el ámbito turístico y al tener atractivos naturales es un plus para atraer al turista post pandemia e incentivar el turismo interno. Además, menciona que al inicio del emprendimiento se recibió gran acogida por los moradores quienes venían a degustar de la fritada, caldo de gallina y otros platos que se realizan, pero actualmente quienes más los visitan son personas externas.

En base a la variable de gestión local y los indicadores de organización, agentes socioeconómicos y organismos reguladores, Isaac Gregorio menciona que en su establecimiento cuentan con una planificación a largo plazo realizada por amigos cercanos con conocimientos sobre el tema, además enfatiza que debido a la situación de emergencia sanitaria es difícil continuar con lo planificado y no queda más que adaptarse, alternativas que se pueden realizar es promociones, utilizar las páginas de internet y optar por el servicio a domicilio. Esther Morales, menciona que no cuentan con una planificación para organizar su trabajo más bien se trabaja día a día y se organiza entre la familia ya que no cuentan con trabajadores externos. El Padre Jesús Mosquera tiene claro que al santuario como lugar religioso le corresponde mantener e incrementar en los fieles la devoción a la Virgen y para ello a lo largo del año se planifican celebraciones religiosas, las más connotadas son las romerías en el mes de mayo que ya tiene unos 200 años. Lamentablemente desde el año pasado por la situación que se vive ha sido imposible realizar las mismas y en segundo lugar la fiesta en honor a la patrona de Guápulo desde el 8 de septiembre, aparte los fines de semana y más los domingos, hay la presencia de numerosos devotos de la Santísima que viven en el centro de la ciudad y no son nativos de Guápulo. Sobre el museo Fray desde el año pasado han reducido las visitas, las personas que vienen son peregrinos y creyentes. Actualmente se conserva unas 30 obras de arte, algunas de ellas muy importantes como, por ejemplo, una colección de 12 pinturas hechas por el gran artista Miguel de Santiago. Tiempo atrás en los marcos de madera se detectó la presencia de polilla, el año pasado el alcalde de Quito acudió a una misa de la virgen en septiembre y el constató y ofreció la curación de la polilla, pocos días después fueron dos técnicos a estudiar, tomar fotografías para hacer el informe, después la respuesta que les llegó fue que esperen porque no existen fondos. Oswaldo Barrera, menciona que ellos cuentan con una programación cultural relacionada con la pintura y con la gastronomía. Por su parte Diana Fajardo, menciona que, al ser un negocio familiar integrado por dos

hermanos y la madre, la planificación es informal se trabaja más en el transcurso de la operación y el trabajo se lleva bien en equipo ya que son familiares. Por otro lado, por parte de las autoridades se espera que creen rutas turísticas que engloben muchos servicios como el transporte, alimentación, guianza, alojamiento que se tiene en el barrio de Guápulo y de esta forma trabajar en conjunto y generar ingresos económicos para todos los negocios. Arturo Piñalosa menciona que se organizan con reuniones familiares de todos los socios que son parte para tomar decisiones y llevar las cuentas de las ventas y de la inversión de cada uno. Fidel Barsola, menciona que la planificación siempre se ha hecho en familia y son un equipo de trabajo consolidado, se manejan mediante turnos y lo hacen metódicamente. Se debe buscar la unión de los emprendimientos que se están realizando en el sector, como alojamiento, lugares de comida o bares y unirse a los huertos orgánicos, o los que se dedican a la ganadería y así buscar un desarrollo para todo el sector y no solo para uno. Cristian Cruz menciona que su negocio tiene 6 años desde entonces la administración sigue siendo la misma trabajando en familia y organizando las actividades entre ellos, debido a la pandemia se ha tenido que adaptar las medidas de bioseguridad y realizar entregas a domicilio que es con lo que más se está trabajando. Considera que de una forma bien llevada y con unión de todos los que tienen establecimientos como venta de comida, tiendas, artesanías y tomando en cuenta los atractivos turísticos se puede trabajar en el turismo experiencial con un objetivo claro. Virginia Ramón menciona que se cuenta con los equipos, maquinaria, enseres y materia prima necesaria, pero sinceramente no se lleva un control escrito y no se ha realizado porque es un emprendimiento familiar. A través del turismo experiencial se daría a conocer mucho más del barrio al mundo, hay archivos fotográficos de hasta 70 años atrás, aparte existen atractivos, negocios que brindan un excelente servicio, una calidez que agrada y gusta al visitante. Hay que aprovechar todos estos puntos, además del arte, cultura y gastronomía. Hay gran variedad de cosas que se podrían implementar y en muchas ocasiones los externos valoran más el lugar que los propios moradores. Elvira Pérez menciona que las misas en la Iglesia de San Francisco de Asís antes de la pandemia eran un sábado cada 15 días a las 19h00, con esta situación ya no hubo la concurrencia de vecinos entonces lleva cerrado todo este tiempo. Las actividades de las que se encargaba son abrir y cerrar la puerta principal ya que es la única que posee la llave, organizar el nacimiento y tener el lugar limpio. Ella opina que se podría habilitar la Iglesia al menos para que entren los visitantes a conocer así no sea para escuchar misa. Finalmente, Grace Rea menciona que, en realidad, el emprendimiento funciona de forma empírica, y es familiar por lo que se van realizando las actividades a medida que avanzan.

Los visitantes encuestados concuerdan con el potencial turístico que tiene el barrio de Guápulo y mencionan varias razones por las que recomendarían visitarlo como: porque tiene mucho potencial turístico, es un espacio acogedor, es el campo y naturaleza

más cercana a la ciudad y aun así se siente lejos de la cotidianidad pero con todas las comodidades, por los paisajes hermosos y sitios turísticos por visitar, es un lugar muy pintoresco, por el atractivo de la vista panorámica hermosa, espectacular y privilegiada de la ciudad sobre todo en la noche que se puede encontrar en dicho sector, es un lugar diferente con paz y armonía, un buen lugar para disfrutar y distraerse con toda la familia, amigos, pareja o solos, tiene restaurantes excelentes, tiene buen ambiente, un lugar para salir de la rutina y despegar la mente, es un lugar bastante agradable y bello, es uno de los mejores barrios de la ciudad de Quito, único, lleno de misterio y con patrimonio cultural, la gente lo valora por la hospitalidad de sus habitantes, por su riqueza cultural, se caracteriza por el ambiente bohemio, los atractivos históricos, de recreación y con tradiciones, por sus fiestas, por el parque de Guápulo, por la experiencia, se ha convertido en un lugar turístico y con emprendimientos que deberían conocer más los propios quiteños, cuenta con diversas actividades a realizar, hay diversión, es pet friendly, es un lugar seguro, porque su iglesia es muy hermosa y tiene muchas historias sobre los personajes que pasaron por Guápulo como por ejemplo Francisco de Orellana, es un barrio milenario, lleno de posibilidades nobles para compartir con el mundo. La visita al barrio permite reconocer nuestras raíces, saber de dónde venimos y hacia dónde vamos, es importante estar conscientes en todo momento que Guápulo es territorio vivo desde hace más de 500 años, por lo que es muy importante defenderlo del proceso de gentrificación que se lleva dando en los últimos años, lo cual atenta con las originalidades y el patrimonio cultural de esta tierra milenaria. Porque es un lugar que debe ser conocido, así como el centro histórico tiene lugares verdes y ventilados, por su arquitectura, con mucho que contar referente a los años que tiene como sitio edificado en Quito, es un lugar para crear momentos maravillosos, es el lugar ideal para despejarse de la ciudad sin salir de la misma y con poco presupuesto, es un barrio patrimonial con belleza única, Miravalle es un lugar hermoso, cuenta con una de las iglesias más antiguas del Ecuador, es un lugar con expectativas de ser conocido, es un lugar que representa el Quito turístico e histórico, por la gastronomía que ofrece, es un lugar de ensueño, colonial, hermoso y Cosmopolitan que tiene su propio encanto, por su belleza comunal, en medio de la modernidad de una ciudad, porque ahora se tiene la obligación de fomentar el turismo interno con las debidas normas de seguridad ante el Coronavirus, cuenta con interesantes lugares para visitantes locales, nacionales e internacionales, por sus hermosas artesanías, está lleno de magia, es necesario conocer nuestra identidad, porque ayuda a salir de la monotonía y es bueno tener lugares de sano esparcimiento para las personas que buscan tranquilidad, porque es un sitio turístico que se le debe sacar aún más provecho y debe ser reconocido a nivel nacional, porque es un lugar que aún es auténtico, con su gente y sus prácticas, tiene una infraestructura muy atractiva, los parques están muy bien cuidados y el clima es agradable, es uno de los sitios más bellos y

perdidos de Quito, lleno de sitios verdes, de características patrimoniales coloniales, ancestrales andinas, porque es un lugar muy antiguo de Quitó y debe ser más conocido. Es un lugar accesible al que se puede acudir para liberar estrés y lo hace perfecto para salidas esporádicas, está alejado del ruido y la contaminación. Es un atractivo importante para la reactivación turística del país No existe otro lugar como Guápulo

Por otro lado, entre las opiniones de los visitantes también mencionan que se debería proporcionar mayor información sobre los lugares que se puede visitar, muchas veces el turista llega a visitar el barrio y no sabe a dónde dirigirse, tienen la percepción de que es un lugar peligroso, no se conoce mucho más allá del Mirador, está descuidado, solo lo usan como vía de acceso al valle entretenido, es un bonito lugar, pero para ir una sola vez y el sector aún es poco apreciado y desconocido.

Dimensión Social

La dimensión social está conformada por la variable de formas de organización social y los indicadores de participación y poderes locales, por la variable de Tecnología, difusión de conocimientos y procesos de innovación con los indicadores de medios de difusión y promoción, dentro de los instrumentos de investigación se vieron reflejados de la siguiente manera:

La dimensión social permite tener una amplia visión de los grupos sociales con el turismo y su evolución en el tiempo. Analiza también el rol de los diferentes actores sociales dentro del sistema, por ende, el vínculo entre los visitantes y los moradores del barrio. En base a la variable de formas de organización social y los indicadores de participación y poderes locales, Omar Suarez menciona que mantienen reuniones con el Cabildo de Guápulo, pero finalmente son ellos quienes tienen un acercamiento más frecuente con los emprendedores, artesanos, considerando que existen bares, restaurantes y una serie de talleres abiertos. Existe un tema de articulación y colaboración en doble sentido con el fin de escuchar y gestionar los requerimientos del sector, la idea es retomar este trabajo de forma virtual. El Municipio apoya a los emprendimientos de huertos orgánicos con el compromiso de ayudarles en las exposiciones para que tengan el punto de comercio donde puedan vender sus productos. Elvis Martínez, desde su punto de vista considera que el trabajo es el mismo proceso de lo público y lo privado, básicamente si bien el aterrizaje desde planificación de ciudad debe llegar a todos los barrios, la entereza y el propósito debe nacer desde las localidades, si no existe importancia de ellos no habrá avance por ninguna de las autoridades. Además, desde la comisión también se ha trabajado en temas de salud, movilidad, cultura, etc. Es poca la gente que se dedica a la actividad turística, pero al ser un eje transversal y que se nutre de todas condiciones sociales por ser un fenómeno social si un factor esta bien el otro también lo estará. Rocío Reatiqui, comparte que existe poca coordinación en relación al

turismo más bien están enfocados en otros ámbitos y aspectos, pero si es un reto el incidir en problemas socio económicos que conllevan a un proceso para ver resultados. Jaime Ernesto Prado Castro, corrobora la información proporcionada por Omar Suarez, mencionando que en tema de participación se tiene una buena relación con el Municipio sobre todo para las gestiones de permisos para las Fiestas de Guápulo, pero por la situación de la pandemia esto se ha detenido un poco, pero se ha planificado reunirse de forma virtual para ciertos temas como la obra prioritaria de la Av. Conquistadores. También ha habido acercamientos con Quito turismo y con el Departamento de Cultura de la Administración centro. José Leónidas Taco, menciona que lamentablemente no se han enfocado en impulsar el turismo, sin embargo, reconoce el acercamiento acertado del Cabildo con ciertas autoridades ya que los anteriores directivos no realizaban gestiones con el pretexto de que el barrio San Francisco de Miravalle está más lejos y el acceso es difícil. Las cosas deben ser equitativas porque las necesidades del barrio son muchísimas. Finalmente, Juan Pablo Guachamin comparte que la mayoría de gestiones y acercamientos se han dado en función de la Fiesta de Guápulo, pero existen empresas privadas y externas que trabajaban con grupos de turistas haciendo recorridos turísticos en el barrio.

Por otro lado, con la variable de tecnología, difusión de conocimientos y procesos de innovación se analizan los indicadores de medios de difusión y promoción. Todos coinciden en mencionar a las reuniones como medio de difusión de comunicación importante, sobre todo las que se realizan en el Cabildo y en la Iglesia. Rocío Reatiqui, menciona como medios de difusión a la radio y prensa municipal, además de la comunicación y difusión por sus propias redes sociales y estados de WhatsApp. Jaime Ernesto Prado Castro, comparte que faltan expertos y críticos en el área de turismo que realicen información publicitaria bien elaborada para poder difundir a través de las agencias de viajes, a los visitantes que llegan al lugar, etc. Es importante concientizar en que se ha caminado indistintamente y en algún momento se dio una reunión con los propietarios de los restaurantes, pero cada quien busca su propio beneficio. El Municipio también da promoción, además ha gestionado eventos con emprendedores a través de ferias en la plaza del Santuario, pero no ha sido algo continuo. José Leónidas Taco, también considera importante la difusión boca a boca para que visiten el lugar, pero actualmente hay muchos otros medios que se pueden aplicar como, volantes físicos, pancartas y difundir en los medios de transportes donde pasan muchos transeúntes que pueden interesarse en visitar el lugar, etc. Rocío Reatiqui, José Leónidas Taco, Omar Suarez, Elvis Martínez y Juan Pablo Guachamin, consideran a las redes sociales una herramienta importante para promocionar al barrio, sobre todo los grupos de WhatsApp del barrio y a través de la publicación de estados. En su opinión Juan Pablo Guachamin considera que realmente en Guápulo no ha habido un ente interno o externo que se esmere en difundir turísticamente al barrio. Omar Suarez también menciona como medio

de difusión a las ferias, el barrio como tal tiene mecanismos de comunicación, fan page, portal y redes que sirve como tema de articulación y comunicación interna y precisamente incluye dentro de los medios que maneja Quito turismo quienes manejan una serie de recursos y promociones donde se incluye Guápulo. Con todo este análisis y en contraste con los resultados de la encuesta se determina que las redes sociales de preferencia para recibir información de las actividades turísticas para los visitantes del barrio de Guápulo son Facebook con un 36,98%, le sigue WhatsApp con un 22,77% e Instagram con un 20,63%.

Por otro lado, para la variable de tecnología y procesos de innovación, Elvis Martínez menciona que en internet existe mucha información que no es llamativa y la falta de planificación afecta mucho para que todo esto llegue a las personas. La tecnología está muy avanzada y hay que utilizarla de una buena forma para conectar nuevos lugares y en algunas otras cosas. Existe la página de Quito Turismo, está el portafolio de productos de la ciudad. Por otro lado, se puede innovar como en otros países con el tema de aforos en tiempo real que se maneja a través de aplicaciones desde un dispositivo móvil.

En base a la variable de formas de organización social y los indicadores de participación y poderes locales la opinión de los establecimientos respecto a las gestiones por parte de los organismos reguladores y poderes locales es dura ya que se evidencia la escasa gestión y articulación que existe entre estos actores del sistema turístico. Isaac Gregorio opina que desde el cabildo se trata de ayudar a los mini empresarios en todo lo que se pueda, pero por parte de municipio no se tiene ninguna gestión, solo hacen inspecciones para revisar que todo está en orden después de eso nada, se vuelve algo tedioso más que una ayuda o apoyo. También el Ministerio de salud y el Municipio dan capacitaciones a las cuales él asiste y se entera de las mismas porque tiene otro restaurante ubicado en la Av. 6 de diciembre, en ese lugar se tiene más movimiento es gestiones por ser parte de la ZET (Zona Especial Turística). Esther Morales, comparte que ella por su cuenta realiza sus gestiones y no ha tenido ayuda ninguna por alguna autoridad además su restaurante está ubicado en la parte alta de San Francisco de Miravalle donde ni siquiera los policías suelen subir por el mal estado de la vía. El Padre Jesús Mosquera comparte que Quito turismo quiso realizar un tour por Guápulo, pero ellos querían venir en la noche y en segundo lugar una propuesta fue que los visitantes puedan subir a las cúpulas, pero era algo imposible porque el empleado de la iglesia tiene su horario de trabajo, y también el Instituto de patrimonio prohibió subir por cuestiones de seguridad, entonces no se pudo realizar ese proyecto. Por otro lado el representante que asiste a las reuniones con el Cabildo es el mismo, se trata de hacer un trabajo conjunto de echo hasta hace tres años los programas que se realizaban en el mes de septiembre por la ocasión de la fiesta a la virgen además del aspecto religioso es dar celebración al acto cultural del carácter deportivo, creativo, social, tanto de parte del Cabildo como de parte del consejo

pastoral que es una agrupación de personas laicas que voluntariamente colaboran con la asesoría, la participación y planifican el programa. Oswaldo Páez, Diana Fajardo y Cristian Cruz, mencionan que lamentablemente ha habido muy poca ayuda y apoyo por parte de las autoridades para sus establecimientos. En alguna ocasión el Cabildo organizó planes pequeños sobre todo se enfocaban en las fiestas de Guápulo. Arturo Piñalosa menciona que a su establecimiento se acercaron personas del Municipio para realizar una gestión del agua y quedaron maravillados del lugar, se espera que a futuro puedan hacer gestiones de acceso vial con su ayuda. Fidel Barsola, comparte que fueron los pioneros en abrir el primer local de comida en el barrio en el año de 1994, su madre empezó con la venta de empanadas y así fue surgiendo y creciendo. El apoyo no se ve de parte municipal solo hay presión por lo pagos y cosas que les convienen, ni siquiera se tiene acalde y empezando desde eso se puede ver la inapropiada administración, esto es algo lamentable. Elvira Pérez menciona que por parte de la Alcaldía y la Administración Zonal Centro la señorita Roció Reatiqui está iniciando un proyecto de una ruta turística que incluye los huertos orgánicos de San Francisco de Miravalle, inicia desde el Mirador de Guápulo se baja visitando los emprendimientos pasando por La Tolita hasta llegar a Miravalle. El proyecto se propuso muchos años atrás pero no se logró por descoordinación y poca comunicación entre los interesados. Por otra parte, el Cabildo está ejecutando otra ruta con bicicletas por la parte alta de San Francisco de Miravalle Alto pero la escasa comunicación hace que se sienta que no toman en cuenta a todos los emprendimientos. Se han ofrecido capacitaciones y talleres para huertos, comenzaron como 50 vecinos de los que ahora están solo 10. En una anterior administración con el presidente David Muñoz sí se realizaron gestiones para Miravalle, por ejemplo, trajo a jóvenes de la UDLA quienes proporcionaron talleres y capacitaciones en la CASA SOMOS de Guápulo y en las instalaciones de la UDLA. Virginia Ramón, opina que la gestión sale de uno mismo, es decir de la comunidad viendo las necesidades del barrio. En base a sus antepasados y las historias que contaban lo que se tiene actualmente es gracias a su trabajo, a través de mingas como abrir las calles, tener sembríos y hasta la propia Iglesia levantada por los indígenas. Entonces corresponde también a la comunidad involucrarse y realizar gestiones, y de esta forma se ha trabajado con el Municipio siendo parte del presupuesto participativo. En el 2019 participo con el municipio verificando y pidiendo obras, las mismas que fueron aprobadas. Estas gestiones implican que en estas obras el municipio aporta económicamente con todo lo que conlleva y la contratación de lo que sea necesario, hay que tomar en cuenta que este presupuesto sale de los impuestos y contribuciones pagados por los quiteños. Por ejemplo, las obras realizadas fueron el mantenimiento de la escalinata hacia el Mirador de Guápulo, el mantenimiento de la escalinata del sector de la Piedra Grande y el mantenimiento en veredas y alcantarillado en San Francisco de Miravalle. En base al requerimiento la autoridad del Municipio levanta

estudios, análisis para aprobar la obra y realizarla, previamente aprobada y requerida por la comunidad, en este caso la parroquia Itchimbia. Es interesante inmiscuirse en estos temas y aportar en lo que esté al alcance. Sin duda la mejor forma de avanzar es a través de mingas en comunidad. Finalmente, Grace Rea menciona que las autoridades tienen al barrio en el olvido y abandono y aún más en el tema turístico, hacen falta muchas gestiones por ejemplo en cuestión de accesibilidad es urgente un mejoramiento en la vía de San Francisco de Miravalle, señalética, temas de seguridad, capacitaciones, pero por otro lado es muy importante el interés de cada persona, por ejemplo dentro del equipo de trabajo del Glamping han asistido a capacitaciones que ofrece gratuitamente la prefectura de Pichicha como Campamento emprendedor y Contabilidad básica que es una guía para encaminar de mejor forma el emprendimiento.

Por otra parte, desde la variable de Tecnología, difusión de conocimientos y procesos de innovación con los indicadores de medios de difusión y promoción, Isaac Gregorio menciona que el cabildo tiene un grupo de WhatsApp con todos los mini empresarios dónde hacen campañas y se informan de sus productos para así apoyarse entre todos. Esther Morales menciona que no hay mucha promoción en redes sociales, pero con la publicidad de boca a boca contactan para hacer reservaciones de cumpleaños o reuniones entre amigos.

Dimensión Económica

La dimensión económica está conformada por la variable de rentabilidad y los indicadores de comercio, recursos, competitividad y productividad, dentro de los instrumentos de investigación se vieron reflejados de la siguiente manera:

La dimensión económica permite analizar los determinantes que favorecen a la actividad turística como repercusiones positivas en la generación de ingresos y empleo en el lugar estudiado. Se analiza la capacidad para invertir en estrategias enfocadas en el turismo experiencial desde las instituciones que cada entrevistado representa. Todos los entrevistados coinciden en que sus instituciones no tienen un presupuesto asignado del cual puedan hacer uso, más bien se rige a una planificación y el dinero está en poder de otras autoridades que lo designan a las actividades planificadas. Omar Suarez menciona que existe un mecanismo de presupuesto participativo donde la comunidad puede presentar una propuesta o un proyecto vinculado al tema de fomento turístico y eso recibe el apoyo y financiamiento del municipio para apoyar los emprendimientos. Este mecanismo todavía no es muy conocido sin embargo se busca densificar ese tema y que las personas presenten sus propuestas para mejorar el ámbito turístico, cultural y natural. Elvis Martínez, menciona que los concejales no manejan presupuestos, no manejan fondos públicos y la comisión tampoco, en lo que trabaja en es marcos normativos, al ser una comisión del consejo a su poder también tiene la capacidad de poder de alguna manera

direccionar las propuestas, ideas e intenciones de la comunidad hacia las entidades que pueden ser brazos operativos para que se hagan realidad. Actualmente existe un concurso de CONQUITO que es parte de la entidad que se llama FONQUITO, es un fondo de capital semilla de hasta 3000\$ hay un presupuesto total muy grande en donde se está buscando financiar proyectos en 3 etapas y está abierto a quien quiera aplicar, para esto la entidad se encargó de ir a buscar el dinero a través de relaciones internacionales a otros organismos. Rocío Reatiqui, menciona que los recursos con los que se puede aportar son de acompañamiento y de capacitación en temas de emprendimiento y de crecimiento personal para las personas que desean un cambio de vida. Además, se da apoyo en mejoras de huertos e invernaderos en Guápulo y Miravalle. Jaime Ernesto Prado Castro, menciona que el Cabildo no maneja dinero, está en cero, no tiene ninguna entrada. Se ha tenido contacto con la embajada de Turquía y España justamente porque tienen agencia de cooperación que maneja mucho dinero y se quiere solicitar capital económico para mejorar la viabilidad de los dos sectores del barrio. Se debe trabajar en equipo, hacer una asociación, unirse y trabajar en conjunto para atraer a los turistas, hay que explotar el turismo, pero a veces la comunidad es apática. José Leónidas Taco, menciona que en la parte económica depende de cada persona y para lo que vaya a realizar. La mayoría de las actividades que realizan son venta de comida típica, tiendas, canchas deportivas y huertos orgánicos. Todos deben difundir e invitar también a nivel internacional, se pueden trabajar con fundaciones, escuelas, etc. Finalmente, Juan Pablo Guachamin, menciona que el Cabildo no tiene asignado un presupuesto, la explotación turística ya es personal en todo el sentido de la palabra depende del capital con el que cuente el emprendedor. Por ejemplo, en la fiesta quienes se benefician son quienes se dedican a la venta principalmente de bebidas alcohólicas y comidas. Y en la mayoría de ocasiones se manejan a través de donaciones. Se podría solicitar de alguna forma a alguna autoridad este capital económico para enfocar el turismo en el barrio.

Se analiza la capacidad para invertir en estrategias enfocadas en el turismo experiencial y el promedio de gasto turístico de los visitantes que acuden a los establecimientos que cada entrevistado representa.

Isaac Gregorio opina que por el momento no podría destinar dinero a esta alternativa debido a que actualmente la situación está complicada con el tema de la pandemia y los encierros de los fines de semana dónde para su establecimiento los fines de semana era donde más ingreso había. El promedio de gasto aproximado de quienes visitan su establecimiento es de 5 dólares por persona. Oswaldo Páez y Esther Morales mencionan que tampoco podrían destinar recursos ya los ingresos son muy bajos. El promedio de gasto aproximado de quienes visitan su establecimiento es muy variable, pero se podría decir que es de 5 dólares por persona. El Padre Jesús Mosquera menciona que desde hace un año los ingresos han disminuido notablemente, pero por la gracia de

Dios al menos es algo que les alcanza para sobrevivir, a los empleados hay que pagarles con todos los derechos de trabajadores, y ellos también necesitan, tienen a un padre que necesita cuidados especiales, medicinas, médicos, entonces con los ingresos de las limosnas o celebración religiosas se puede hacer frente a estos gastos de la comunidad religiosa pero no les alcanza para más. Desde hace unos cinco años ha disminuido notablemente, pues el mayor ingreso que se debería tener es del museo con un valor de \$3 y las limosnas que son variables, entonces no están en capacidad para poder contratar a una persona que guíe y esté permanentemente. Diana Fajardo menciona que ha sido complicado adaptarse a las medidas de bioseguridad ya que conllevan muchos gastos, en el tema económico para este tipo de negocios sale de las mismas ventas y en la actualidad han bajado muchísimo, este era su único ingreso, por lo tanto, por el momento no se podría invertir en esto. El promedio de gasto aproximado de quienes visitan su establecimiento es de 7 dólares por persona. Arturo Piñalosa representante de un emprendimiento que apenas está naciendo llamado Hacienda San Marcos donde ofrecen pesca deportiva, servicio de comida y camping menciona que si está de acuerdo en invertir en estrategias para así brindar una mejor atención e implementar muchas más actividades para seguir creciendo. El valor invertido en su proyecto más o menos va entre los 10.000\$ y el gasto promedio por persona es de aproximadamente 7\$. Fidel Barsola menciona que en su establecimiento ya vienen trabajando con el tema del turismo experiencial desde hace tiempo, ofrecen canelazos de sabores como maracuyá, mora, tuti-fruti entre otros, además tienen un espacio donde los clientes puede acceder a materiales como hojas en blanco y pinturas para realizar dibujos mientras esperan su comida o se sirven, es una experiencia única e inolvidable. Pero actualmente la capacidad para invertir en este tipo de negocio no es muy grande, cuando compraron la casa no era con el objetivo de negocio, pero ahora es un lugar turístico y llamativo. La clave del éxito está en seguir experimentando para satisfacer al turista local y extranjeros. El café se mantiene popular, no es un lugar de lujo, hay café desde un dólar, un vino de 3\$ o una picadita de 5\$ y así varía, se mantienen con valores medios. Cristian Cruz menciona que no existe capacidad para inversión al momento ya que hay muchos gastos y apenas se cubre con las ventas que son un 30% de lo que era antes de la pandemia y el aforo es de 30 personas por lo que ahora solo se puede atender a 15 por el distanciamiento. El promedio de gasto aproximado de quienes visitan su establecimiento es de 8 dólares por persona. Virginia Ramón menciona que si estarían dispuestos a realizar inversiones ya que últimamente lo han hecho y han estado incursionando en temas de decoración y a futuro planean ampliar la oferta a buffet y servicio de catering. El gasto promedio por persona es de aproximadamente 1\$, por lo que ahora solo ofrecen helados. Elvira Pérez menciona que lo de la recolección de limosnas en las misas se destina para hacer algunos trabajos como comprar candados, micrófono, foco, botellas de agua, vino, ostias, escoba o algún arreglo.

Por parte de la Directiva del barrio también han ayudado económicamente. Y las limosnas se le entregan al padre Jonathan que también es padre del Santuario de Guápulo. Aproximadamente es un valor de 0,25\$ por persona que dejan en limosna, ya que casi nunca superaba los 5\$ de la recolección de limosnas en una misa. Toda esta información corresponde con el valor que los turistas están dispuestos a dirigir en su visita a Guápulo que es de 5 a 20\$ con un 45,51% de los 385 encuestados. Finalmente, Grace Rea menciona que la inversión del Glamping la obtuvieron con financiamiento en préstamos por lo que los ingresos son para pagar las cuotas sin embargo dependiendo de las propuestas se podría llegar a un acuerdo ya que si les interesa hacer más conocido el lugar y que mejor con tendencias actuales. El gasto promedio por persona es de aproximadamente 3,5\$.

Dimensión Ecológica

La dimensión ecológica está conformada por las variables de sostenibilidad y sustentabilidad ambiental con indicadores de clima, flora y fauna, dentro de los instrumentos de investigación se vio reflejada de la siguiente manera.

La dimensión ecológica se enfoca en la conciencia ambiental y sobre todo el impacto de las actividades humanas en el medio ambiente. Las más estudiadas son las repercusiones negativas en el medio ambiente que se deben a la falta de planificación y al poco interés en un ambiente saludable. Por otro lado, como repercusiones positivas en varios destinos, el turismo puede ser un instrumento para la protección del medio ambiente, a través de la educación y concientización. Omar Suarez menciona que dentro de Guápulo esta San Francisco de Miravalle, una zona de protección ecológica debidamente catastrada. Se debe velar y preservar el patrimonio natural como lo es el cerro Auqui como referente natural magnifico del sector, se busca precautelarlo sobre todo en época de verano se disponen a guardabosques para evitar flagelos y que no se dé la forestación agresiva. Las pendientes y el declive hacia San Francisco de Miravalle están identificadas como zonas de movimiento en masa donde familias viven en situación de riesgo. Elvis Martínez, menciona que existe una comisión especial de geo parque con la finalidad de buscar el camino para que la UNESCO le declare geo parque a la ciudad de Quito con esto sería la única ciudad con tener 3 galardones y eso repercutiría en la incidencia turística. Por otro lado, se creó la comisión especial de Parques de Quito, que busca justamente generar los cinturones verdes, es decir que toda ciudad tenga anillos que garanticen la existencia de zonas conectadas para transitar por la misma. Desde la Concejalía se trabajó el tema de la bicicleta, es algo fundamental ya que lo recomienda la OMS, no solo por salud, sino también por la distancia física que permite mantener el distanciamiento físico aparte que se reduce la cantidad de personas haciendo uso del carro o buses y se evita las aglomeraciones de tránsito. Los buses no pueden cobrar por llevar la bicicleta en el bus. Se ancla la recuperación del camino del Inca es el único

patrimonio interregional del mundo principalmente de Latinoamérica. Hay que considerar los barrios sostenibles y la generación de productos agrícolas urbanos en huertos comunitarios. Rocío Reatiqui, menciona que es una manera de aportar en prácticas agroecológicas y de sustento familiar. Los huertos aportan a la fertilidad de la tierra y manejo de desechos. Jaime Ernesto Prado Castro, menciona que Guápulo tuvo varios inconvenientes por el asunto del tráfico, la contaminación del smog era demasiada por el constante tránsito vehicular, alrededor de 10.000 carros diarios, la acción que se optó para evitar esta contaminación fue poner bolardos en el camino frente al santuario para evitar el acceso de los autos hacia el valle y que tomen la vía de los Conquistadores u otro camino, sin embargo, los habitantes del lugar si tienen el acceso a poder bajar los bolardos y transitar. A la fábrica Marisol también se le hizo un reclamo ya que tienen unos calderos que emiten smog y botan aguas residuales. Falta educación en las personas en el aspecto de botar la basura, temas de reciclaje, compostaje y abono. José Leónidas Taco, menciona que en el barrio de Guápulo lo primero para cuidar el medio ambiente es no quemar, no botar escombros, basura o material contaminante, los moradores llaman la atención a los visitantes a ser más cuidadosos en este aspecto para cuidar el paisaje y al pulmón de Quito. Mónica Aldaz, menciona que desde la Policía existen Campañas comunitaria y ofrecen charlas para concientizar a la comunidad en temas de reciclaje, usos de papel, etc. Juan Pablo Guachamin, menciona que existen recicladores en el barrio, familias que por cuenta de ellos y como un trabajo recogen cartón y plástico en horarios establecidos. La Fundación Kasa de Colores impulso el tema de reciclaje en el barrio sobre todo en San Francisco de Miravalle. En si se puede determinar que todos los entrevistados tienen conciencia de la importancia de cuidar el medio ambiente para preservar la riqueza natural del barrio y tienen buenas herramientas y proyectos que a futuro darán buenos frutos.

Es claro que para la mayoría de los representantes es un factor importante sobre todo considerando que la opinión de los visitantes es la siguiente, con un 35,94% importante con un 32,75% muy importante y con un 19,42% extremadamente importante que los establecimientos sigan criterios sostenibles y sustentables con el medio ambiente. Isaac Gregorio menciona que hay que regirse en base al protocolo de bioseguridad obligatorio, disminuir el uso de fundas y que los restos y desperdicios de comida sean dirigidos a los animales de granja de los vecinos. El Padre Jesús Mosquera comparte que se aprovecha la celebración de la misa o novenas para entregar a la gente mensajes de ecología para despertar la conciencia, también en la catequesis trabajan con los padres y niños para que no se rompan flores o no boten papel o basura. Oswaldo Páez menciona que en su establecimiento se cuida el jardín patrimonial y se clasifica la basura. Están interesados en mantener este oasis dentro de Quito, porque es un lugar bello que queda a 7 minutos de

la Av. González Suárez y a 25 minutos del aeropuerto. Esther Morales, Diana Fajardo, Arturo Piñalosa y Cristian Cruz mencionan que desde sus establecimientos la mayor acción que se hace es el reciclaje de botellas plásticas y se recoge agua lluvia para reutilizarla. Fidel Barsola menciona que se realiza la separación de desechos plásticos, orgánicos y el vidrio se está buscando a alguien que se lleve todo eso ya que al momento que pasa el basurero se lo lleva y es una pena que en quito no exista una organización para eso. Virginia Ramón menciona que son muy protectores del medio ambiente sobre todo en el local se puede apreciar el orden, la limpieza y la ornamentación. Afuera del local tienen plantitas medicinales sembradas y les dan el cuidado necesario. Elvira Pérez menciona que es su esposo quien con su moto guadaña ha ido a hacer limpieza, se ha convocado a través del pizarrón para minga comunitaria, pero no han acompañado los vecinos. Desde la pandemia se ha descuidado mucho el lugar. Finalmente, Grace Rea menciona que cuentan con basureros realizados de malla para recoger las botellas plásticas que luego las venden al reciclaje y sirven de ingresos para el lugar, también se recolecta agua lluvia para el baño y regar las plantas. A futuro planean implementar otras alternativas para contribuir al cuidado del medio ambiente como paneles solares, energía eólica y reciclaje de vidrio y cartón.

Dimensión Cultural

La dimensión cultural está conformada por las variables de identidad con los indicadores de historia, festividades y gastronomía y la variable de patrimonio cultural con los indicadores de desarrollo y patrimonio, dentro de los instrumentos de investigación se vio reflejada de la siguiente manera:

La dimensión cultural hace referencia a la interacción de los visitantes con los moradores residentes del lugar y las repercusiones positivas o negativas que se pueden dar. Los visitantes que mediante la actividad turístico pueden conocer otra cultura, tienen una experiencia enriquecedora a través del contacto intercultural respetuoso y permite valorar la cultura propia como la forma de vida del lugar que ha visitado. En este ámbito se pretende determinar los beneficios que ha traído al barrio de Guápulo el reconocimiento como Zona Patrimonial por la UNESCO en el año de 1978. Omar Suarez, menciona que a partir de esta declaratoria se establece un perímetro y obviamente Guápulo esta insertado dentro de este polígono y se conoce como área de interés patrimonial entonces esto ha posibilitado la participación y activación de dependencias que están involucradas directamente en el rescate del patrimonio como el caso de El Fonsal.- Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural, actualmente en el Instituto Metropolitano de Patrimonio con el fin de destinar proyectos y recursos al rescate del patrimonio existen temas de preservación de todo este inventario patrimonial desde el mismo templo, desde la plaza, o la vía Camino de Orellana también recibe mantenimiento

e interés por parte de las dependencias al estar catalogado como una vía cultural. Es muy importante esta declaratoria para reactivar y activar todo ese aparataje excepcional que existe para el mantenimiento del patrimonio cultural en el sector. Elvis Martínez, menciona que dio un total beneficio para que Quito se visibilice de manera internacional para que se convierta en un atractivo como ciudad. Por cerca de 40 años opina que lo han manejado mal porque debería ser el enganche para atraer a visitantes, pero no se ha gestionado de manera adecuada para que ese turista que llega a Quito no se vaya a otros destinos sino se quede aquí. La Ley de feriados es perjudicial ya que indica que hay 3 días de paralización en el que las personas se van a otro lugar y la ciudad no produce. A raíz de la pandemia los lugares que se van a activar primero son aquellos en los que la duración del transporte sea máximo de 2 horas entre ida y vuelta. Rocío Reatiqui, menciona que dio una identidad fortalecida y se recibió mantenimiento para el lugar. Jaime Ernesto Prado Castro, menciona que actualmente los beneficios son pocos, porque el hecho de que le anexaron a Guápulo por el santuario, se creía que con los fondos que se destinan a esto iba a mejorar al lugar, pero no ha sido así a pesar ya de los años que lleva siendo declarado. Sobre todo, en lo que se necesita apoyo es en los caminos viales de los dos sectores y por todos los accesos, ya que ninguno está en buen estado. José Leónidas Taco, menciona que le parece acertado que sea tomado en cuenta a Guápulo por su Santuario y al Centro Histórico como un lugar estratégico, porque todo esto se convierte en un centro cultural. Mónica Aldaz, menciona que desconocía de esta declaratoria y que a raíz de esto las personas deberían tener más concientización, no beber en los atractivos de Guápulo y se evitarían ser víctimas de algún delito que pueda existir. Finalmente, Juan Pablo Guachamin, menciona que mucha gente externa se interesó en conocer aún más el lugar, fue un beneficio en ser un atractivo urbano, físico, intereses en otros tipos de construcciones, Guápulo es una zona de alta plusvalía sobre todo en la parte inmobiliaria. Hubo interés de artistas relacionados a la pintura como Patricio Palomeque, cuencano que se acercó a este lugar en busca de inspiración y se le da aún más importancia al lugar con la presencia de este perfil de personas. Y puede tener aún más beneficios, pero no ha tenido el valor que merece y requiere ya que no se ha manejado debidamente, pero sin duda es un factor importante para conservar y mantener la riqueza turística del barrio de Guápulo. Todos los entrevistados concuerdan en que todavía no se ha explotado de la mejor forma esta declaratoria para el barrio de Guápulo y se requiere una mejor gestión de la misma para disfrutar de los beneficios.

En relación a la dimensión cultural se pretende determinar cómo se impulsa la preservación de la historia del barrio, las festividades y la gastronomía a través de la existencia de sus establecimientos. Isaac Gregorio menciona que a cada fecha importante se le hace frente con tiempo y con organización, simplemente ayudan económicamente o

con comida en los eventos, lo primordial es ayudar en lo que se pueda. Esther Olimpia menciona que su esposo principalmente es quien cuenta la historia del barrio, del tren y los festejos o actividades cercanas que pueden realizar. El Padre Jesús Mosquera menciona que en el año pasado vinieron personas del municipio a dar un taller precisamente para que la comunidad tome conciencia de esa responsabilidad ya que se necesita mantener ese legado cultural o social y se llegó a elaborar un proyecto el cual está ya aprobado por el municipio que consiste en reconocer a las fiestas de Guápulo como patrimonio cultural inmaterial del Ecuador. Hay la esperanza que desde el mes de septiembre si finaliza la pandemia se pueda hacer realidad ya que es un patrimonio que se debe conservar y reconocer a nivel nacional y patrimonial de esta forma la Alcaldía ya no podrá suspender la celebración, se mantendrá y preservara la cultura. Oswaldo Páez menciona que se tienen un programa de recorridos donde se ha rescatado tradiciones del pueblo de Guápulo que se comparten con los clientes. Diana Fajardo menciona que se les comenta a los clientes acerca de la historia del Camino Orellana y sobre las tradicionales fiestas de Guápulo en septiembre. Arturo Piñalosa y Cristian Cruz mencionan que en su emprendimiento se da a conocer acerca de los atractivos cercanos que hay y se les invita a participar de las fiestas de Guápulo en la plaza en las fechas de septiembre, que lamentablemente por la pandemia están suspendidas. Fidel Barsola comparte la importancia de la celebración desde el 8 de septiembre al 12 en honor a la virgen de Guadalupe, menciona que es un evento tradicional muy reconocido por su gente, banda popular, disfrazados y muchas cosas más que lo caracteriza. Virginia Ramón menciona que por el interés de llevar a cabo las fiestas tradicionales del barrio siendo moradora, ha participado en las gestiones para los permisos. Lo tradicional son las carreras de coches, los eventos deportivos en las noches, las caminatas y las procesiones. Elvira Pérez opina que se debería tener una directiva del barrio enfocada en impulsar el turismo. Ella propone que se realice un libro con una reseña de la historia, las fiestas y principalmente la gastronomía ya que se tiene prácticamente de todo, desde los materiales ya que en el campo muchos tienen sembrado en sus propios terrenos varias verduras y legumbres además de criar sus propios animales. Lo más típico es el cuy asado, el caldo de gallina, la fritada, el hornado, la chicha de jora, la avena, el morocho, el mote, etc. En el tiempo de choclos se preparan las humitas, antes se le llamaban las choclotandas. Finalmente, Grace Rea resalta que como menciono anteriormente el lugar es relativamente nuevo por lo que en si muchas de las actividades que se realizaban en el barrio como las tradicionales fiestas no se han realizado por la pandemia, entonces les cuentan eso a los visitantes se les informa de las otras actividades que pueden hacer como visitar la Hacienda San Marcos, El tren loco y comprar en los huertos orgánicos. Acerca de la gastronomía si se busca ofrecer lo tradicional a los visitantes como el caldo de gallina, cuy asado, fritada, encebollado, yahuarlocro y lo más pedido por los niños la salchipapa y papi pollo.

CAPITULO V

PROPUESTA

Desarrollo de la propuesta

La investigación fue dirigida a todos los establecimientos y atractivos turísticos que se encuentran ubicados dentro del barrio de Guápulo, sin embargo, no todos decidieron ser partícipes del tema de investigación. Diez de los dieciséis lugares mostraron una favorable apertura y accedieron a las entrevistas para el tema de estudio, pero no sucedió lo mismo con La Piscina Municipal de Guápulo y el Café Palo Santo debido a que se encuentran cerrados desde la pandemia, con el Parque de Guápulo hubo el acercamiento con Adriana Sánchez administradora del lugar, pero no se recibió la respuesta a la entrevista por correo que se pactó, y finalmente con La Herencia y La Terraza los representantes no dieron motivos, pero no deseaban participar del trabajo. Además, se recopiló información valiosa con autoridades acerca de la gestión por parte de los organismos reguladores. En base a la discusión en el capítulo anterior acerca de los análisis a los resultados obtenidos se plantean estrategias para la planificación y gestión para el barrio de Guápulo como un destino para el turismo experiencial.

Tabla 30

Dimensiones para el turismo experiencial en base al modelo del sistema turístico de Molina y a las dimensiones del desarrollo local en el barrio de Guápulo

Teoría del Sistema Turístico de Molina	Superestructura	Infraestructura	Demanda	Comunidad receptora	Atractivos	Equipamiento e instalaciones
Teoría de Desarrollo Local	Territorial		Económica	Social	Cultural	Ecológica
Turismo experiencial en base al modelo del sistema turístico de Molina y a las dimensiones del desarrollo local en el barrio de Guápulo	Territorial y superestructura		Económica	Social	Cultural	Ecológica
	Variable: Gestión local Indicadores: producción, límites geográficos, sectores, organización, agentes socioeconómicos y organismos reguladores		Variable: Rentabilidad Indicadores : comercio, recursos, competitividad y productividad	Variable: formas de organización social Indicadores : participación y poderes locales Variable: Tecnología, difusión de conocimientos y	Variables: identidad Indicadores: historia, festividades y gastronomía y Variable: Patrimonio cultural Indicadores:	Variables: sostenibilidad y sustentabilidad ambiental Indicadores: clima, flora y fauna

			procesos de innovación Indicadores : medios de difusión y promoción	desarrollo y patrimonio	
--	--	--	--	-------------------------	--

Nota. La tabla representa el enlazamiento de las dimensiones para el turismo experiencial en base al modelo del sistema turístico de Molina y a las dimensiones del desarrollo local en el barrio de Guápulo.

Identificación y caracterización de los establecimientos y atractivos turísticos

Iglesia de Nuestra Señora de Guápulo- Plaza - Museo Fray Antonio Rodríguez

La Iglesia de Nuestra Señora de Guápulo, la Plaza y el Museo Fray Antonio Rodríguez está ubicada en las calles El Calvario N27-138 y Leónidas Plaza. Se accede al lugar por la Av. Conquistadores o por el famoso Camino de Orellana ambas se encuentran por lo general en buenas condiciones. Es una construcción muy antigua y la Iglesia es el segundo atractivo más visitado con un 16,85% es decir 260 personas de los visitantes encuestados. Al entrar en la Iglesia se puede admirar una gran cantidad de obras de arte siendo la principal la imagen de la Virgen de Guadalupe. De igual forma en el interior de las 3 salas del museo se puede encontrar diversas obras realizadas por artistas de la Escuela Quiteña. El ingreso es pagado, el valor es de 1,50\$ para los adultos, 1,00\$ para personas de la tercera edad y 0,50\$ para los niños. En la plaza se ubican espacios para parqueadero, un monumento de Francisco de Orellana, cuenta con señalética y letreros de normas de bioseguridad en la entrada de la Iglesia. No cuentan con servicios higiénicos al público en general solamente para quienes visitan el museo. La secretaria y encargada del museo cuenta con una oficina a la entrada de la iglesia.

Figura 33

Santuario de Guápulo



Nota. Imagen del Santuario de Guápulo (Vásquez, 2021).

Ananké

El restaurante pizzería Ananké está ubicado en el Camino de Orellana 781, Quito 170108 Ecuador. Se accede al lugar por la Av. González Suarez bajando por el Mirador de Guápulo, la vía se encuentra en buenas condiciones. Al ingresar al lugar se puede admirar su excelente decoración y la magnífica vista hacia Guápulo. Cuenta con servicios higiénicos para hombres y mujeres, con señalética y letrero de normas de bioseguridad en la caja. Ofrecen variedad en su restaurante como, postres, lasañas, empanadas y lo que más resalta son las pizzas que se pueden acompañar con cocteles o los famosos vinos hervidos o canelazos.

Figura 34

Bar, restaurante y pizzería ANANKÉ



Nota. Imagen del bar, restaurante y pizzería ANANKÉ. Tomado de Ananké, 2016, p.1.

Iglesia San Francisco de Asís

La Iglesia San Francisco de Asís está ubicada en la Av. La Tolita. Se accede al lugar por la Av. Conquistadores, bajando por la Av. La Tolita, pasando el puente del Rio Machángara, hasta el punto de la iglesia la vía se encuentra en buenas condiciones. Es una construcción de aproximadamente 25 años de antigüedad y es muy poco conocida además de que a partir de la pandemia se cancelaron las misas. Al entrar en la Iglesia se puede admirar pocas obras de arte siendo la principal la escultura de San Francisco de Asís. El ingreso es gratuito, pero como el lugar en su mayoría permanece cerrado se debe solicitar la apertura del lugar a la señora Elvia Pérez, cuidadora de las llaves y moradora del barrio. Frente a la Iglesia se encuentra una cancha de fútbol que es utilizada como parqueadero. No se cuenta con señalética ni letreros de información o normas. No cuentan con servicios higiénicos ni con oficinas administrativas. La Iglesia está a cargo del Padre Jesús Mosquera, párroco del Santuario de Guápulo.

Figura 35

Iglesia San Francisco de Asís



Nota. Imagen de la Iglesia San Francisco de Asís (Vásquez, 2021).

Café Arte Guápulo

El Café Arte Guápulo está ubicado en el Camino de Orellana 27, Quito 170136. Se accede al lugar por la Av. González Suarez bajando por el Mirador de Guápulo, la vía se encuentra en buenas condiciones. Es el primer bar restaurante del lugar fundado en 1994, fue cuna de bandas quiteñas como; Sudakaya, Rocola Bacalao y Guardarraya. Al ingresar se puede apreciar su estilo de decoración único y disfrutar de una privilegiada vista, deliciosa comida como las tradicionales yuquitas fritas y no pueden faltar lo más representativo los canelazos de sabores como maracuyá o tuti fruti, todo esto mientras si lo desean pueden realizar un dibujo para el lugar, ahí les proporcionan de materiales como

las hojas en blanco y pinturas en lápiz, crayones o acuarelas. Cuenta con poca e inadecuada señalética, solamente un baño compartido y el registro de limpieza no lo mantienen actualizado. No cuentan con oficinas administrativas solo el espacio de la caja y el lugar fue una vivienda que ha sido adaptada para el establecimiento que es hoy en día.

Figura 36

Balcón Café Arte Guápulo



Nota. Imagen del bar y restaurante Café Arte Guápulo (Vásquez, 2021).

Ceviches de Guápulo

El restaurante Ceviches de Guápulo está ubicado en el Camino de Orellana E16-124, Quito, Ecuador. Se accede al lugar por la Av. González Suarez bajando por el Mirador de Guápulo, la vía se encuentra en buenas condiciones, es doble sentido, pero el camino es estrecho por lo que se debe tener precaución. Al entrar al lugar se aprecia una modesta decoración y se denota que lleva mucho tiempo sin uso debido a situación de la pandemia toda la familia se contagió y tuvieron que cerrar un buen tiempo. No se cuenta con señalética ni letreros de información o normas. Cuentan con un solo servicio higiénico para hombres y mujeres y tampoco cuentan con oficinas administrativas. Son conocidos sus platos como el encebollado, ceviches mixtos, de camarón, pescado o concha, mientras se disfruta de la comida se puede apreciar la magnífica vista hacia Guápulo.

Figura 37

Ceviches de Guápulo



Nota. Imagen del restaurante Ceviches de Guápulo (Vásquez, 2021).

Glamping Killari María

Glamping Killari María está ubicado en la vía a San Francisco Miravalle, Quito 170157. Se accede al lugar subiendo por la Av. La Tolita o bajando por Auqui de Monjas. El camino es empedrado y se encuentra en malas condiciones. Es un emprendimiento familiar que ofrece los servicios de alojamiento, alimentación, miradores hacia el Valle y Quito, actividades recreativas y de ocio en la naturaleza. Al entrar al lugar se observa el rotulo de lona de Casa del árbol y otro rotulo con Glamping Killari María en madera por lo que no manejan una armonía en la construcción, luego se observa una construcción de una heladería. Posterior se encuentran los parqueaderos, la cafetería-restaurante, cabaña, casa del árbol y domo geodésico para alojamiento y los miradores, fogones, área de camping y fuente de agua. No cuentan con señalética ni letreros de información o normas. Solo cuentan con un servicio higiénico y no disponen de una oficina o recepción.

Figura 38

Glamping Killari María



Nota. Imagen de Glamping Killari María (Vásquez, 2021).

Hacienda San Marcos

La Hacienda San Marcos está ubicada en el camino El Naranjal, Quito 170157. Se accede al lugar bajando por la Av. La Tolita y en el puente amarillo tomando el camino al que solo se accede a pie por la parte izquierda. El camino es de tierra con partes inclinadas y se encuentra en malas condiciones. Es un emprendimiento familiar que ofrece los servicios de camping, alimentación, actividades recreativas y de ocio como tarabita, piscina, pesca deportiva y cabalgata en la naturaleza. Al entrar al lugar se observa unos enormes y muy antiguos arboles de aguacates, reciben a los visitantes con un té de hiervas nativas del lugar con receta secreta. No cuentan con rotulo, señalética ni letreros de información o normas. Solo cuentan con un servicio higiénico para hombres y mujeres y no disponen de una oficina o recepción.

Figura 39

Pesca deportiva en la Hacienda San Marcos



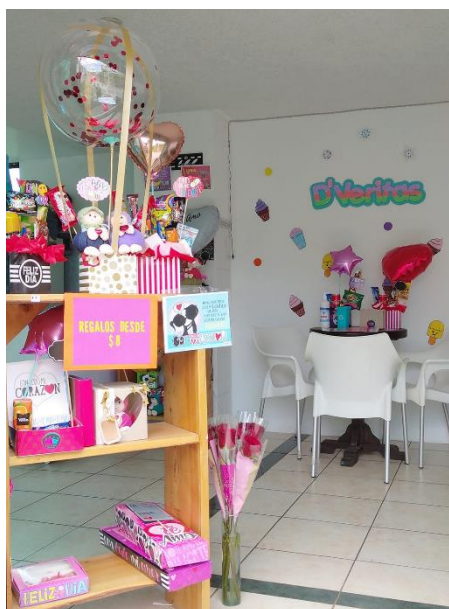
Nota. Imagen de Hacienda San Marcos (Vásquez, 2021).

Heladería D'VeRITAS

La Heladería D'VeRITAS está ubicada en la Av. La Tolita N26-648 y, Quito 170109. Se accede al lugar por la Av. Conquistadores, la vía se encuentra en buenas condiciones. Al entrar al lugar se observa el orden y armonía entre la decoración y ornamentación. Ofrecen deliciosos helados con crema y queso, milkshakes, postres y cafés, en ocasiones realizan comida rápida como salchipapas o alitas. Cuentan con poca señalética, pero no con letreros de información o normas. Cuentan con un solo servicio higiénico y no cuenta con oficina.

Figura 40

Heladería D'VeRITAS



Nota. Imagen de Heladería D'VeRITAS (Vásquez, 2021).

Los nachos de Goyito

El restaurante Los nachos de Goyito está ubicado en la Av. La Tolita 1070 y Ana de Ayala, Quito 170157, frente a las canchas del Sector. Se accede al lugar por la Av. Conquistadores, la vía se encuentra en buenas condiciones. Al entrar al lugar se observa un buen rotulo en la entrada y el ambiente mexicano con un cuadro de Frida Kahlo que resalta en el lugar. Ofrece principalmente comida mexicana como tacos, burritos, fajitas entre otros, sin embargo, debido a la pandemia han ampliado su menú a otro tipo de comida como apanados, cazuela de mariscos, ceviche o alitas Bbq y también ofrecen almuerzos. Además, cuentan con servicio a domicilio. Cuentan con poca señalética, pero no cuentan con letreros de información o normas. Cuentan con un solo servicio higiénico y no cuenta con oficina.

Figura 41

Los nachos de Goyito



Nota. Imagen de Los nachos de Goyito (Vásquez, 2021).

Quinta Huasipungo

La Quinta Huasipungo está ubicada frente al UPC de Guápulo, Av. de los Conquistadores, Quito 170136. Se accede al lugar por la Av. Conquistadores, la vía se encuentra en buenas condiciones. Es una quinta residencial del siglo XIX. Al entrar al lugar se observa una modesta decoración y se aprecia lo bien conservada que se encuentra la propiedad a pesar de los años, sobre todo de su jardín. Los administradores que son una familia quienes viven en la Quinta ya que es su hogar buscan que las personas también se

sientan como en casa y disfruten en familia o pareja de las instalaciones y el ambiente además de su exquisita comida. Cuentan con poca señalética, y con letreros de información y normas. Cuentan con varios servicios higiénicos y cuenta con oficina para la administración.

Figura 42

Quinta Huasipungo



Nota. Imagen de la Quinta Huasipungo (Vásquez, 2021).

Tren al cielo

El Tren al cielo, más conocido como Tren Loco Bar, está ubicado en la vía a San Francisco Miravalle, Quito 170157. Se accede al lugar subiendo por la Av. La Tolita o bajando por Auqui de Monjas. El camino es empedrado y se encuentra en malas condiciones. Es un emprendimiento familiar que ya lleva funcionando cerca de 10 años. Por fuera el lugar se parece mucho a un tren, además cuenta con un elevador infantil hasta el tercer piso del establecimiento, en el segundo también está adaptado para atender a clientes mientras que el primer piso es la vivienda de los propietarios. Al entrar al lugar se sigue observando la adaptación a un tren que tiene y sobre todo resalta la privilegiada vista hacia el centro de Quito que lo hace un lugar único. Se puede disfrutar de la tranquilidad, los platos típicos como caldo de gallina, seco de gallina, encebollado y las bebidas de guayusas y canelazos. Cuentan con poca señalética, hojas impresas acerca del menú y normas de bioseguridad. Cuentan con un solo servicio higiénico y no cuenta con oficina.

Figura 43

Tren al cielo



Nota. Imagen del Tren al cielo (Vásquez, 2021).

Líneas estratégicas para el fortalecimiento turístico del barrio de Guápulo

Tabla 31

Planteamiento de estrategias

Turismo experiencial en el barrio de Guápulo					
Dimensiones	Territorial y superestructura	Social	Económica	Cultural	Ecológica
Problemas percibidos	Escasa señalética y conocimiento de las actividades que se pueden realizar en el barrio.	Escasez de gestión turística por parte de los organismos reguladores.	Un gasto promedio del visitante de 5\$.	Falta de articulación sobre la información turística entre los prestadores de servicios.	Poco conocimiento acerca de alternativas para el cuidado del medio ambiente y del turismo experiencial.
Objetivo General	Identificar la factibilidad del turismo experiencial, mediante las dimensiones de la teoría de desarrollo local y de sistema turístico, con la finalidad de diseñar líneas estratégicas que impulsen el desarrollo turístico del barrio de Guápulo				
Estrategia	Diseñar mapeo del lugar, redes sociales y sitio web.	Crear la filosofía corporativa para Guápulo como destino turístico.	Conformar una asociación entre los actores de la actividad turística del barrio.	Diseñar programa de capacitación en turismo experiencial	

Nota. La tabla representa el planteamiento de estrategias del turismo experiencial en el barrio de Guápulo.

Estrategia 1**ACCIÓN**

- Diseñar mapeo del lugar

OBJETIVO

- Transmitir la información turística, a través de un diseño creativo, para guiar y atraer a visitantes a todos los lugares turísticos del barrio de Guápulo.

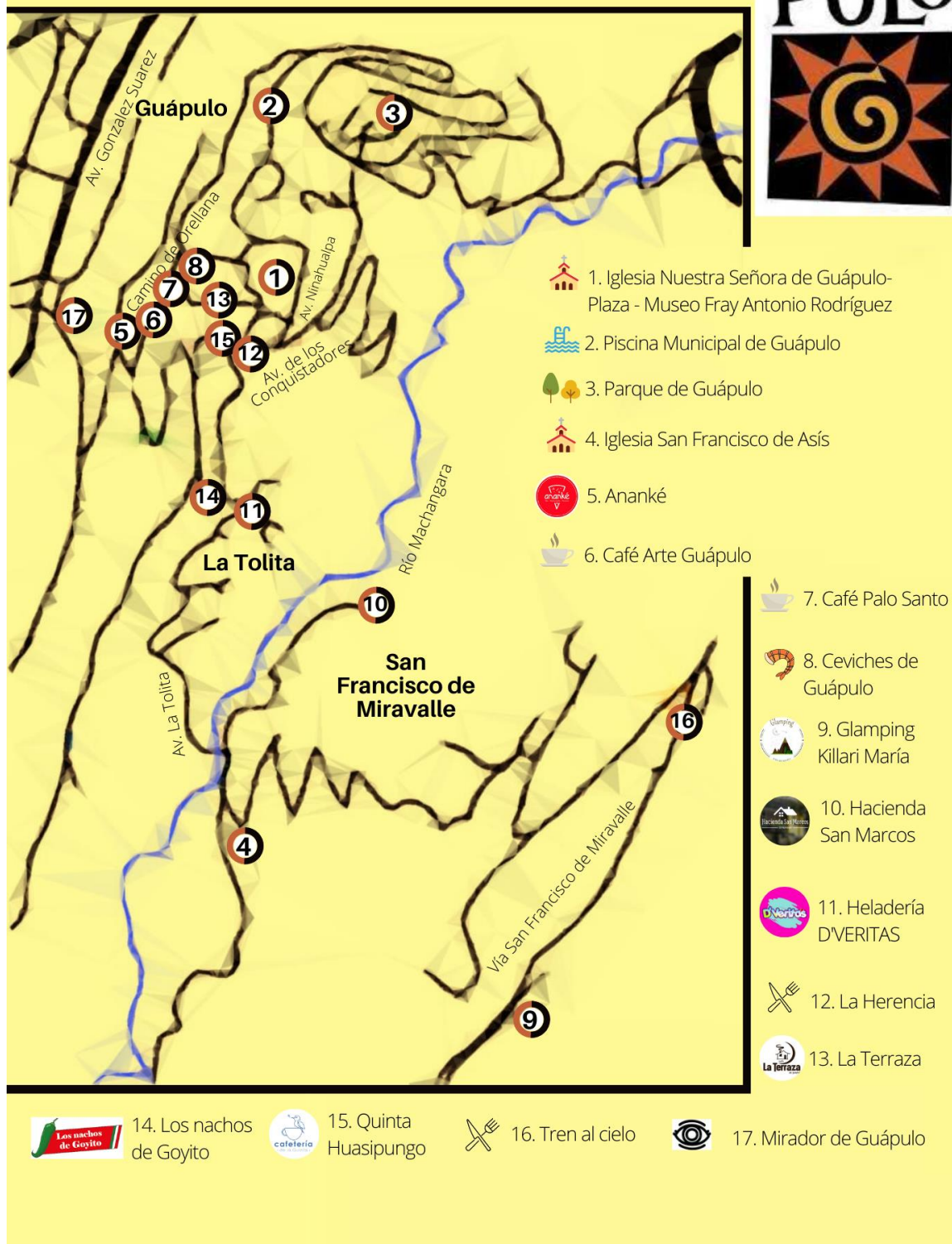
RESPONSABLES

- Representantes de prestadores de servicios
- Representantes de los atractivos turísticos

MODELO**Figura 44**

Mapa turístico de Guápulo

Mapa turístico de Guápulo



Nota. La figura representa el mapa turístico de Guápulo.

PLAN DE TRABAJO

- Se imprimirá un Roll Up del Mapeo turístico del barrio de Guápulo que se ubicará en el Mirador, existe en el lugar una mesa interpretativa sobre las montañas que se pueden visualizar desde el lugar, pero se encuentra en muy mal estado y ya no

se distinguen las letras por lo que ubicar este mapa permitirá que las personas conozcan todas las opciones que tienen para realizar, conocer y puedan guiarse por sí mismos en el lugar.

PRESUPUESTO

Tabla 32

Presupuesto impresión de mapeo del lugar

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Roll Up 200x12ocm	55,00\$	55,00\$	55,00\$
	TOTAL		55,00\$

Nota. La tabla representa el presupuesto para la impresión de mapeo del barrio de Guápulo valorado 55\$.

Contamos con la predisposición de 11 establecimientos y atractivos turísticos a participar e involucrarse en actividades y gestiones que permitan un desarrollo turístico para el barrio, por lo que el valor se dividirá de forma equitativa para los involucrados y será una gestión que se llevara a cabo por los dirigentes barriales tanto del Cabildo para el sector de Guápulo y La Tolita y por parte de la Directiva barrial para San Francisco de Miravalle. El valor que les correspondería a cada uno es de 5\$, el cual es un valor muy accesible y finalmente es una inversión que les traerá beneficios a todos.

Estrategia 2

ACCIÓN

- Crear plan de promoción y difusión turística

OBJETIVO

- Proponer formatos para redes sociales de Facebook, Instagram, Tik Tok y pagina web, mediante un plan de promoción y difusión turística, para tener credibilidad sobre el lugar con los posibles visitantes e incrementar el número de visitas.

RESPONSABLES

- Representantes de prestadores de servicios
- Representantes de los atractivos turísticos
- Community manager

PLAN DE TRABAJO

Plan de Marketing digital mensual

Incluye:

- Creación de Instagram
- Creación de Facebook

- Creación de Tik Tok
- Definición de la paleta de colores
- Manejo de Feed de Instagram
- Plan de contenidos (3 post semanales en cada red social)
- Diseño de plantilla para contenidos
- Diseño de historia para redes sociales
- Copywriting (Es la redacción de textos publicitarios enfocados en la venta de productos o servicios)
- Respuesta a mensajería y comentarios
- Diseño y programación de campañas publicitarias
- Sesión fotográfica
- Creación de sitio web Host + dominio de sitio web

MODELO

Facebook

Figura 45

Propuesta de Facebook

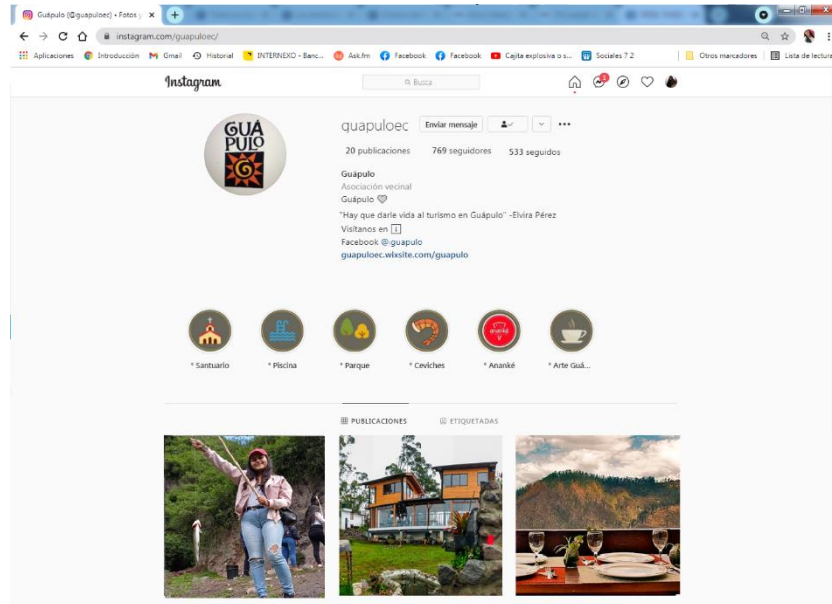


Nota. La figura representa la propuesta de Facebook.

Instagram

Figura 46

Propuesta de Instagram

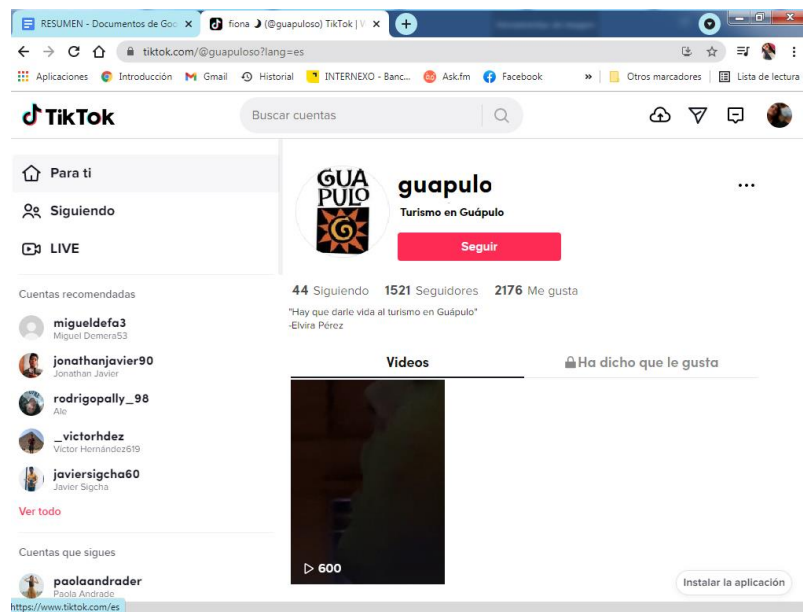


Nota. La figura representa la propuesta de Instagram.

Tik Tok

Figura 47

Propuesta de Tik Tok



Nota. La figura representa la propuesta de Tik Tok.

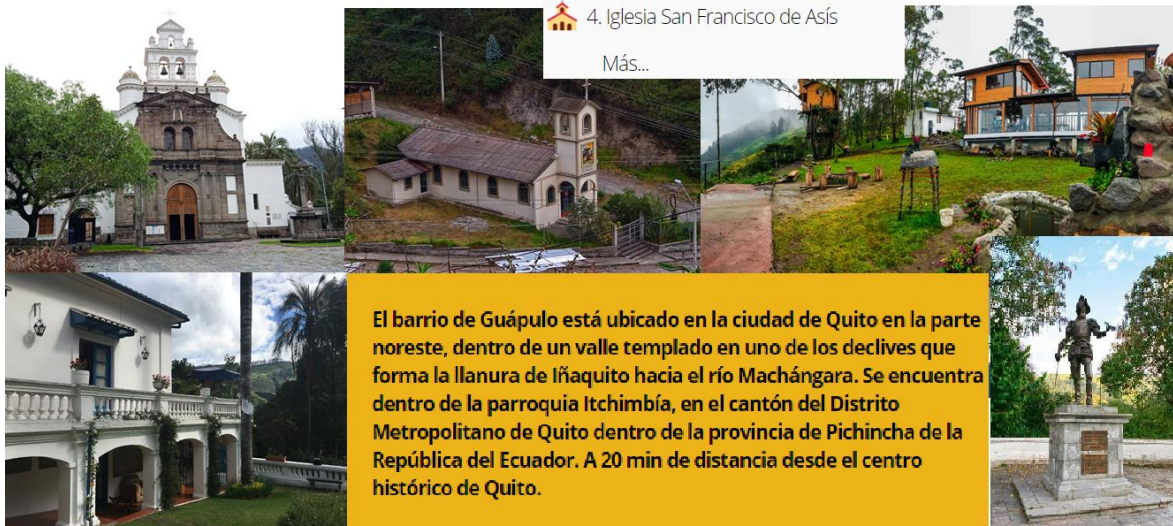
Sitio Web

Figura 48

Propuesta de sitio Web

BIENVENID

1. Iglesia Nuestra Señora de Guápulo- Plaza - Museo Fray Antonio Rodríguez
 2. Piscina Municipal de Guápulo
 3. Parque de Guápulo
 4. Iglesia San Francisco de Asís
- Más...



Nota. La figura representa la propuesta de sitio web.

PRESUPUESTO

Tabla 33

Presupuesto para plan de promoción y difusión turística

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Plan de Marketing digital mensual	1	450\$	450\$
Creación de sitio web Host + dominio de sitio web	1	400\$	400\$
TOTAL			850\$

Nota. La tabla representa el presupuesto para la impresión de mapeo del barrio de Guápulo valorado en 850\$.

De igual forma esta propuesta se plantea manejarla para Guápulo como un destino apoyándose de los establecimientos y representantes de los atractivos como principales beneficiarios e inversionistas, hay que tomar en cuenta que el valor de la creación de un sitio web es para un año. El valor individual de igual forma para los 11 representantes el primer mes sería de 77,28\$, mientras que los otros meses sería solamente de 40,91\$. Es importante considerar que existen otros establecimientos que por el momento no desearon dar apertura a formar parte de la investigación, pero podrían

decidir ser parte a futuro y otra opción puede ser empezar solamente con el manejo de redes sociales y a futuro crear el sitio web.

Estrategia 3

ACCIÓN

- Crear la filosofía corporativa

OBJETIVO

- Proponer una filosofía corporativa a través de diseñar la misión, visión, valores y propósito del barrio de Guápulo para lograr un desarrollo turístico dando un enfoque a la comunidad y prestadores de servicios.

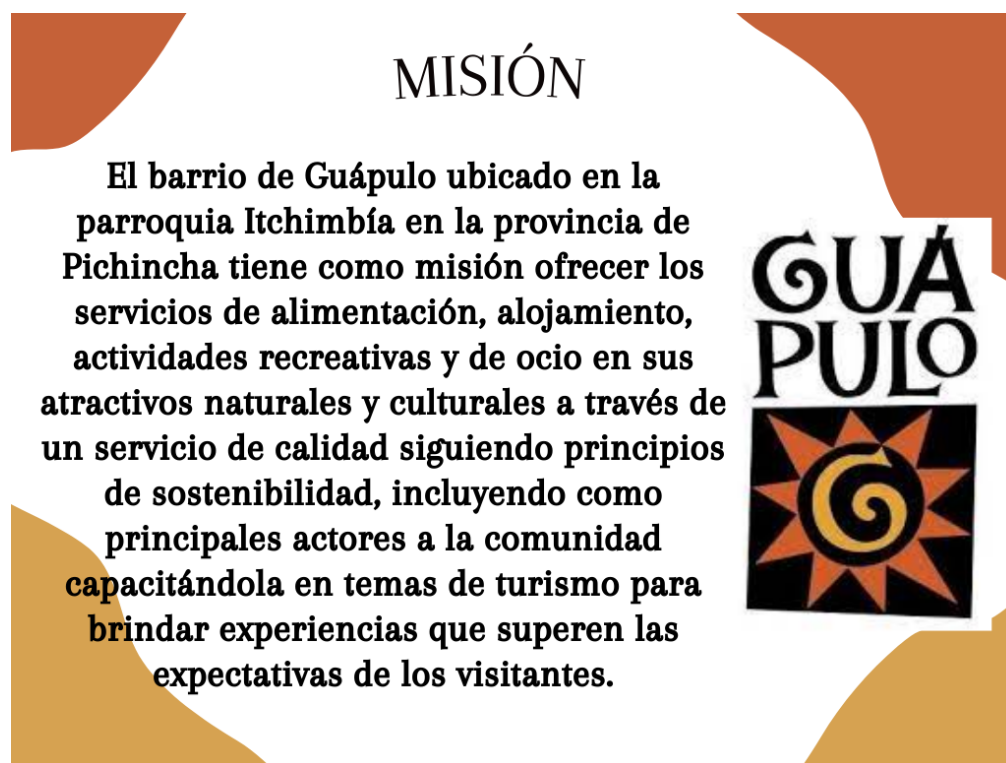
RESPONSABLES

- Asesor Cultural del Cabildo de Guápulo
- Representantes de prestadores de servicios
- Representantes de los atractivos turísticos
- Comunidad

MODELO

Figura 49

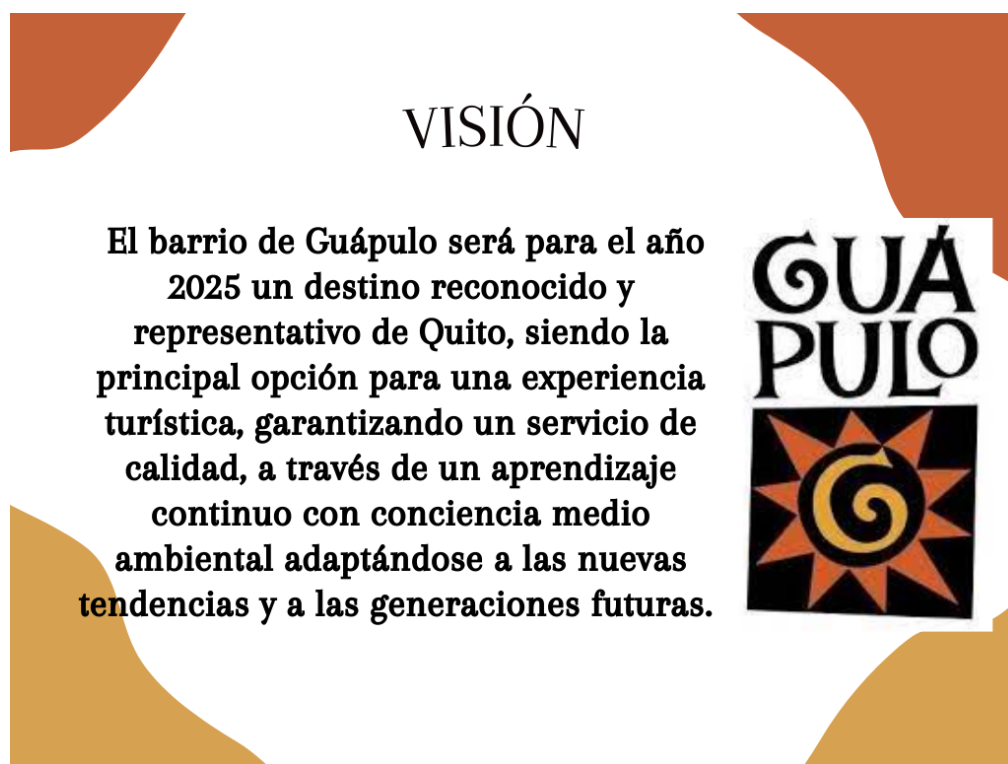
Misión



Nota. La figura representa la propuesta de misión.

Figura 50

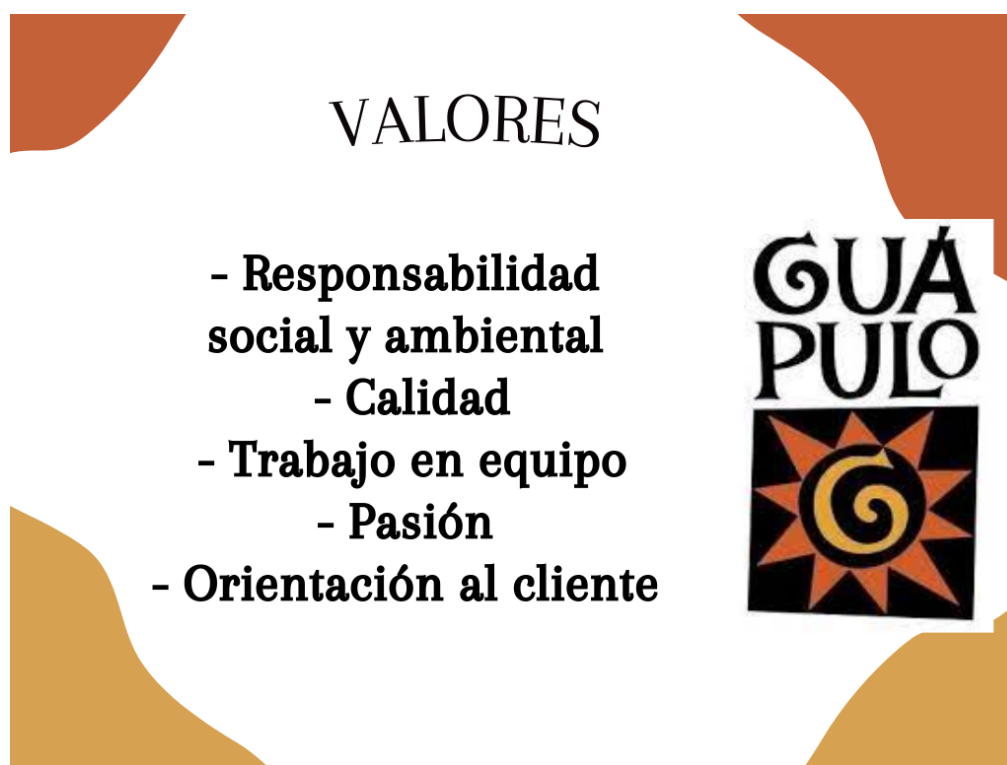
Visión



Nota. La figura representa la propuesta de visión.

Figura 51

Valores



Nota. La figura representa la propuesta de los valores.

Figura 52

Propósito



Nota. La figura representa la propuesta de propósito.

Logo:

Figura 53

Logo de Guápulo



Nota. La figura representa el logo de Guápulo. Tomado de Creación de marca local Guápulo, Falconí, M. y Arias, L. 2019.

PLAN DE TRABAJO

Se imprimirá la misión y visión para Guápulo como destino y se ubicara en los 11 lugares de los actores involucrados además en las oficinas del Cabildo de Guápulo que se encuentran dentro de la Casa Somos y en el pizarrón de información de San Francisco de Miravalles, por lo que en total suman 13 lugares.

PRESUPUESTO

Tabla 34

Presupuesto impresión de misión y visión

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Impresiones a color misión tamaño A4	13	0,30\$	3,90\$
Impresiones a color visión tamaño A4	13	0,30\$	3,90\$
Emplastificar hojas tamaño A4	26	0,75\$	17,25\$
	TOTAL		25,05\$

Nota. La tabla representa el presupuesto para la impresión de misión y visión valorado en 25,05\$.

Dentro de una planificación es importante contar con un presupuesto para llevar a cabo las actividades, de igual forma esta propuesta se la puede realizar dividiendo el valor total para las 11 personas que sería de 2,28\$, sin embargo, se pueden considerar otras alternativas como lo es que cada uno imprima por su cuenta o quienes tenga impresora puedan donar las impresiones para todos o buscar auspicios y apoyo de la comunidad el objetivo es dar un enfoque a la comunidad y prestadores de servicios a través de la filosofía empresarial, por lo que se entiende que el tema económico es complicado y siempre se pueden encontrar otras alternativas para lograr que las cosas se realicen.

Estrategia 4

ACCIÓN

Conformar una asociación

OBJETIVO

- Conformar una asociación entre los actores de la actividad turística del barrio mediante gestión del Cabildo de Guápulo para trabajar en articulación como un solo destino y así obtener más beneficios.

RESPONSABLES

- Representantes de prestadores de servicios
- Representantes de los atractivos turísticos
- Comunidad

- Jefe de policías del circuito Itchimbía
- Presidente del Cabildo de Guápulo
- Presidente del barrio San Francisco de Miravalle

PLAN DE TRABAJO

Organizar una asociación conformada por los actores de la actividad turística del barrio, establecer una directiva constituida por un presidente, vicepresidente, director administrativo, director financiero y director de capacitaciones. Las funciones que se llevarán a cabo por esta asociación serán:

- Establecer un plan de trabajo con metas y acciones específicas a cumplir.
- Comunicarse, capacitarse, y apoyarse desde cada uno de sus roles de forma continua.
- Trabajar en pro de la misión, visión y propósito de Guápulo como un destino turístico.
- Proveer y asegurar la asistencia a las capacitaciones para todos los involucrados.
- Facilitar al visitante la información turística del barrio.
- Mantener reuniones frecuentes.
- Establecer acuerdos y buscar inversión para toda la asociación y no ser individualista.
- Fomentar y participar de programas de desarrollo social y acciones comunitarias.
- Dar seguimiento al cumplimiento del plan de trabajo.
- Control y evaluación de resultados al plan de promoción y difusión turística.
- Involucrar a la comunidad en todas las actividades planificadas.
- Estandarizar el uso de una señalética y formatos para recopilar información del visitante para todos los lugares.

Otorgamiento de personalidad jurídica de otras formas de organización (Asociaciones, Corporaciones y Fundaciones)

Mediante este trámite se realiza la aprobación de la existencia jurídica y legal de las organizaciones tales como asociaciones, corporaciones y fundaciones que realizan la defensa de los derechos de sus socios; es decir, se realiza el reconocimiento a dichas organizaciones para contraer obligaciones y realizar actividades que generan plena responsabilidad jurídica, frente a sí mismos y frente a terceros; siendo registradas en la Secretaría Nacional de Gestión de la Política con la respectiva resolución.

Dirigido a: Persona Jurídica - Privada, Persona Natural - ecuatoriana (Portal único de tramites ciudadanos, 2019).

Requisitos

Obligatorios:

1. Solicitud original de otorgamiento de personalidad jurídica dirigida al Secretario/a Nacional de Gestión de la Política, debiendo estar firmada por el presidente y secretario provisional de la organización. Se deben indicar los contactos de la organización (domicilio, correo electrónico, y número de teléfono).
2. Convocatoria original de la Asamblea realizada para la constitución de la nueva organización, se debe especificar: lugar, hora, fecha y orden del día.
3. Actas originales de la Constitución de la Organización, firmada por todos los asistentes y debidamente certificada por el secretario/a, con la siguiente información:
 - a) Nombre de la organización.
 - b) Nombres y apellidos completos, nacionalidad, y número de documento de identidad de cada uno de los miembros fundadores.
 - c) Voluntad de los miembros fundadores.
 - d) Fines y objetivos generales que se propone la organización.
 - e) Nómina de la directiva provisional.
 - f) Nombres y apellidos, número de cédula, dirección, teléfono y correo electrónico que la persona que se hará responsable del trámite.
 - g) Estatutos aprobados por la Asamblea.
 - h) Ubicación del lugar en que la organización social, en proceso de aprobación, tendrá su domicilio.
 - i) Declaración de no estar registrado en otro ministerio y/o entidad competente;
4. Dos ejemplares del estatuto original, redactado en el idioma propio del pueblo o nacionalidad a la que se pertenece y en idioma español.

Deberá contener:

 - a) Denominación o ámbito de acción de la organización.
 - b) Alcance territorial.
 - c) Fines y objetivos, precisar si realizará programas de voluntariado.
 - d) Estructura organizacional.
 - e) Derechos y obligaciones de los miembros que la componen.
 - f) Forma de elección de las dignidades y duración.
 - g) Atribuciones y deberes.
 - h) Patrimonio social y administración de recursos.
 - i) Las formas y períodos para convocar asambleas.
 - j) Quórum o número mínimo de miembros para la instalación de las asambleas y quórum decisorio para toma de decisiones.
 - k) Mecanismos de inclusión o exclusión de miembros.
 - l) Reforma de estatutos.

- m) Régimen de solución de controversias.
- n) Causales y procedimientos de disolución o liquidación.
5. Nómina original de los miembros de la organización en la que, por orden alfabético consten los nombres y apellidos, número de cédula y firma de cada miembro. Es necesario presentar, como mínimo, la nómina de cinco socios.
6. Copia certificada que acredite el patrimonio de la organización social mediante Declaración Jurada de Bienes (Portal único de tramites ciudadanos, 2019).

Proceso

1. Ingresar la solicitud y todos los requisitos establecidos para la aprobación del estatuto y reconocimiento de personalidad jurídica de la organización, en las correspondientes delegaciones provinciales de la Secretaría Nacional de Gestión de la Política.
2. En máximo de 25 días laborables, se puede retirar la resolución de otorgamiento de personalidad jurídica de la organización.
3. No se requiere rellenar formatos o formularios para solicitar atención. Canales de atención: Presencial.

El trámite no tiene costo (Portal único de tramites ciudadanos, 2019).

PRESUPUESTO

Tabla 35

Presupuesto para conformar una asociación

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Llamadas para confirmar interés en participar y concretar la reunión	1	5,00\$	5,00\$
Marcadores	6	0,65\$	3,90\$
Pliegos de papel bond	10	0,25\$	2,50\$
	TOTAL		11,40\$

Nota. La tabla representa el presupuesto para conformar una asociación valorado en la impresión de misión y visión valorado en 25,05\$.

El conformar una asociación de forma legal no tiene ningún costo por lo que lo importante es delegar a una persona que se encargue del proceso. Además, de confirmar el deseo de participar de los involucrados, establecer reuniones para designar la directiva, realizar los estatutos y demás documentación que se requiere para el proceso de otorgamiento de personalidad jurídica por lo que se hará de marcadores, pliegos de papel

bond y saldo que serán proporcionados bajo previo aviso y gestión por parte del Cabildo de Guápulo.

Estrategia 5

ACCIÓN

- Programa de capacitación en tema de turismo experiencial

OBJETIVO

- Incentivar a prepararse continuamente tanto a trabajadores de la actividad turística como a la comunidad, proporcionando capacitaciones creativas y con temas relevantes, para aportar al desarrollo turístico del barrio.

RESPONSABLES

- Representantes de prestadores de servicios
- Representantes de los atractivos turísticos
- Comunidad
- Jefe de policías del circuito Itchimbía
- Presidente del Cabildo de Guápulo
- Presidente del barrio San Francisco de Miravalle
- Ponente experto en turismo experiencial
- Autora de la investigación

PLAN DE TRABAJO

Tabla 36

Capacitaciones a trabajadores de la actividad y a la comunidad

Nombre capacitación	Objetivo	Subtemas	Involucrados	Tiempo	Duración
Introducción al turismo	Dar a conocer y concientizar de la importancia de la actividad turística	-Definición -Tipologías -Impacto económico, social y ambiental -Tendencias actuales	Representantes de prestadores de servicios Representantes de los atractivos turísticos Comunidad Jefe de policías del circuito	Lunes de 17h00 a 19h00	2 horas
El turismo experiencial como una alternativa de desarrollo	Describir la tendencia del turismo experiencial y su importancia como eje de desarrollo.	-Definición – Características -El nuevo perfil del viajero -Condiciones -Propósitos -Valores	Itchimbía Presidente del Cabildo de Guápulo Presidente del barrio San Francisco de Miravalle	Martes de 17h00 a 20h00	3 horas
Relación de la comunidad con el turismo experiencial	Comprender la relevancia de la comunidad	-Aprendizaje significativo -Insight	Ponente experto en	Miércoles de 17h00 a 19h00	2 horas

	como un actor en el desarrollo del turismo experiencial.	-Niveles de experiencialidad -Oportunidades	turismo experiencial Autora de la investigación		
Encaminar el establecimiento o atractivo turístico a un propósito de viaje del turismo experiencial	Aplicar los conocimientos adquiridos con el fin de logra el desarrollo del turismo experiencial en el barrio.	-Taller práctico -Definir y alinear la misión personal, turística con los propósitos de viaje.		Jueves de 17h00 a 20h00	3 horas
				Tiempo total de duración	4 días
				Total en horas	10 horas

Nota. La tabla representa el presupuesto del programa para capacitaciones a trabajadores de la actividad y a la comunidad, con una duración de 4 días y 10 horas.

MODELO

En base a los niveles de experiencialidad que existen dentro del turismo experiencial es importante resaltar que Guápulo puede llegar a fomentar actividades en los 4 niveles sin embargo actualmente no se tiene un frente claro de hacia dónde enfocar los esfuerzos para el desarrollo de la actividad turística por lo que el propósito debe ser brindar experiencias de calidad a los visitantes y los niveles de experiencialidad en los que se puede trabajar en un inicio son en el recreativo, impulsando el sentir a los viajeros a través del desarrollo de actividades y el transformacional a través de crear ese vínculo con los prestadores de servicios y con la comunidad del destino y el impacto que genere al visitante a tener un cambio luego de su experiencia de visita en Guápulo.

Tabla 37

Alternativas en base al propósito de viaje y al nivel de experiencialidad para los atractivos y establecimientos

Atractivo o establecimiento	Propósito de viaje	Nivel de experiencialidad	Alternativa
Iglesia Nuestra Señora de Guápulo- Plaza - Museo Fray Antonio Rodríguez	Reforzar o construir identidad Expandir la conciencia Equilibrar emociones Búsqueda de respuestas	Educativo (pensar) Transformacional (actuar)	Permitir shows o conciertos con aforo controlado en la plaza, implementar el recorrido por los huertos orgánicos de la universidad SEK, el recorrido por las Cúpulas, tumbas del Santuario y para el Museo Fray Antonio Rodríguez.
Piscina Municipal de Guápulo	Búsqueda de actividades saludables	Recreativo (sentir) Transformacional (actuar)	Permitir el ingreso a visitantes con aforo controlado, cobrar la entrada, implementar recorrido sobre las vertientes naturales de agua y sus propiedades medicinales.
Parque de Guápulo	Integración familiar Equilibrar emociones Mejorar el vínculo	Recreativo (sentir) Transformacional	Permitir el ingreso a visitantes con aforo controlado, retomar cabalgata, implementar camping, alquiler de

		(actuar)	bicicletas y organización de actividades deportivas.
Iglesia San Francisco de Asís	Reforzar o construir identidad Expandir la conciencia Equilibrar emociones Búsqueda de respuestas	Educativo (pensar)	Establecer un horario de apertura, reforzar la identidad de los moradores incentivándolos a participar de mingas para la limpieza del lugar y su posterior reanudación para misas.
Ananké	Integración familiar Crear nuevas relaciones	Recreativo (sentir)	Hacer partícipe de la preparación de la pizza al visitante.
Café Arte Guápulo	Integración familiar Crear nuevas relaciones	Recreativo (sentir)	Hacer partícipe de la preparación del canelazo de sabores al visitante y realizar conciertos en vivo.
Café Palo Santo	Integración familiar Crear nuevas relaciones	Recreativo (sentir)	Hacer partícipe de la preparación del vino hervido al visitante.
Ceviches de Guápulo	Integración familiar Crear nuevas relaciones	Recreativo (sentir)	Hacer partícipe de la preparación del ceviche al visitante.
Glamping Killari María	Integración familiar Mejorar el vínculo Expandir la conciencia Equilibrar emociones Búsqueda de respuestas	Recreativo (sentir) Transformacional (actuar)	Implementar actividades de ocio nocturno, recorrido por los huertos, ciclismo, cabalgata y actividades deportivas.
Hacienda San Marcos	Expandir la conciencia Equilibrar emociones Integración familiar Mejorar el vínculo	Recreativo (sentir) Transformacional (actuar)	Implementar retiros espirituales, actividades de ocio nocturno, talleres de artes plásticas y actividades deportivas.
Heladería D'VERITAS	Integración familiar Crear nuevas relaciones	Recreativo (sentir) Transformacional (actuar)	Imprimir servilletas con mensajes de motivación.
La Herencia	Integración familiar Crear nuevas relaciones	Recreativo (sentir)	Organizar shows o conciertos con aforo controlado en la plaza frente a la UPC y aumentar la oferta gastronómica.
La Terraza	Integración familiar Crear nuevas relaciones	Recreativo (sentir)	Implementar tour gastronómico.
Los nachos de Goyito	Integración familiar Crear nuevas relaciones	Recreativo (sentir)	Creación de un menú con planificación mensual.
Quinta Huasipungo	Integración familiar Crear nuevas relaciones	Recreativo (sentir)	Implementar actividades de ocio nocturno y organización de eventos y banquetes.
Tren al cielo bar	Integración familiar Crear nuevas relaciones	Recreativo (sentir)	Realizar un guion previo sobre la historia del lugar y semejanza con un tren para indicar a los visitantes.
Mirador de Guápulo	Buscar inspiración Expandir la conciencia Equilibrar emociones Búsqueda de respuestas	Recreativo (sentir) Transformacional (actuar)	Organizar shows o conciertos con aforo controlado, promoción a las ferias de productos orgánicos y talleres de artes plásticas.

Nota. La tabla representa las alternativas en base al propósito de viaje y al nivel de experiencialidad para los atractivos y establecimientos.

PRESUPUESTO

Tabla 38

Presupuesto de capacitación en tema de turismo experiencial

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Ponente experto en turismo experiencial	1	150\$	150\$
Impresiones de información	40	0,25\$	10,00\$
Hojas de evaluaciones	40	0,05\$	2,00\$
Certificado de participación	40	1,00\$	40,00\$
TOTAL			202,00\$

Nota. La tabla representa el presupuesto de capacitación en tema de turismo experiencial.

La realización de la propuesta de esta capacitación permitirá un acercamiento de los actores de la actividad turística incluyendo a miembros de la comunidad hacia la modalidad del turismo experiencial. La misma será financiada por quienes deseen tomar la capacitación mediante una cuota, es decir el valor individual sería de 5,05\$, hay que tomar en cuenta que también se puede optar por alternativas para disminuir el costo de la estrategia consiguiendo auspicios y apoyo del Municipio de la Administración zonal Manuela Sáenz para asegurar la participación del ponente.

Resumen presupuesto:

Tabla 39

Resumen presupuesto

Estrategia	Descripción	Total
Diseñar mapeo del lugar	Roll Up 200x120cm	55,00\$
Crear plan de promoción y difusión turística	Plan de Marketing digital mensual (450\$) Creación de sitio web Host + dominio de sitio web (400\$)	850\$
Crear la filosofía corporativa	Impresiones a color misión (3,9\$) Impresiones a color visión (3,9\$) Emplastar (17,25\$)	25,05\$
Conformar una asociación	Llamadas para confirmar interés en participar y concretar la reunión (5\$) Marcadores (3,90) Pliegos de papel bond (2,50\$)	11,40\$
Programa de capacitación en tema de turismo experiencial	Ponente experto en turismo experiencial (150\$) Impresiones de información (7,50\$) Hojas de evaluaciones (1,50\$) Certificado de participación (30·)	189\$
TOTAL		1130,45\$

Nota. La tabla representa el resumen de presupuesto para las estrategias planteadas.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Se concluye que existe factibilidad para realizar la modalidad de turismo experiencial en Guápulo mediante la fundamentación del marco teórico acerca de la teoría de sistemas turísticos de Sergio Molina y la teoría de desarrollo local se enlazan las respectivas dimensiones, variables e indicadores para determinar las cinco dimensiones que permiten el desarrollo de la investigación.
2. Se concluye que, a pesar de la riqueza cultural del lugar, este no ha logrado desarrollarse rural, histórica y arquitectónicamente y existe un inadecuado mantenimiento de sus recursos culturales y naturales. La tesis de “Los recursos turísticos del barrio Guápulo de la parroquia Itchimbía para el desarrollo del turismo experiencial” (2019), resalta la importancia actual de generar en el turista emociones y experiencias de una forma diferenciadora, queda totalmente identificado que Guápulo puede implementar el turismo experiencial (Jijón, F. y Terán, J., 2019).
3. De acuerdo a los resultados obtenidos mediante los instrumentos de investigación se concluye la existencia de potencial turístico en el barrio de Guápulo para el desarrollo del turismo experiencial pero también se evidencia la falta de articulación sobre la información turística entre las autoridades, los establecimientos y la comunidad ya que no existe un trabajo conjunto, no se conocen entre sí y poseen escasa información de los servicios que ofrecen cada uno y de lo que se puede realizar en Guápulo.
4. En base a las herramientas utilizadas a través de la entrevista se pudo conocer la gestión actual respecto al turismo con la percepción de las autoridades, establecimientos y lugares mientras que mediante la encuesta se logró determinar el perfil del visitante potencial de Guápulo con la información proporcionada por los visitantes. Estas herramientas colaboraron a la investigación del turismo experiencial.
5. Acorde a los resultados obtenidos a través de la encuesta a los visitantes se logra establecer el perfil del turista potencial quién es en su mayoría femenino, oscila entre los 23 y 30 años, su estado civil es soltero y les interesa realizar camping, tour gastronómico y tour por las cúpulas y tumbas del santuario. Esta información da un enfoque práctico para el desarrollo del turismo experiencial a los actores a través del análisis de las dimensiones del desarrollo local y del sistema turístico además de considerar los propósitos de viaje y niveles de experiencialidad para generar alternativas.

6. Finalmente, en base a los problemas percibidos en cada una de las dimensiones utilizadas para el estudio las estrategias planteadas son: diseñar mapeo del lugar, redes sociales y sitio web, crear la filosofía corporativa para Guápulo como destino turístico, conformar una asociación entre los actores de la actividad turística del barrio y diseñar un programa de capacitaciones en turismo experiencial para proponer alternativas de esta modalidad a los atractivos y establecimientos turísticos del barrio y alcanzar un desarrollo turístico integral.

Recomendaciones

1. Se recomienda equilibrar la información acerca del turismo experiencial informándose sobre estudios similares realizados y otras teorías utilizadas en el tema en otros barrios o lugares a nivel nacional y contrastar la información para que de esta forma se puedan crear y brindar experiencias inmersivas, únicas, auténticas e inolvidables a los visitantes del Ecuador.
2. Se recomienda implementar la modalidad de turismo experiencial en base a lo identificado en La tesis de “Los recursos turísticos del barrio Guápulo de la parroquia Itchimbía para el desarrollo del turismo experiencial” (2019) en el barrio de Guápulo ya que cuenta con recursos turísticos culturales y naturales, una geografía única, historia, gastronomía, fiestas, servicio de alojamiento y alimentación y de esta forma generar emociones y experiencias totalmente diferentes y que aporten al propósito de vida de los turistas.
3. Se recomienda en base a la herramienta de encuesta utilizada realizarlas al perfil del viajero del extranjero ya que el alcance que se tuvo en esta investigación fue muy bajo, esto con el fin de conocer las tendencias del visitante internacional post pandemia como datos generales se conoce que los que ya están viajando son estadounidenses y alemanes debido a que su proceso de vacunación fue más rápido que en países de Latinoamérica. Con referencia a la herramienta de entrevista se recomienda realizarla a los establecimientos y atractivos turísticos faltantes que no se pudieron lograr en esta investigación.
4. Se recomienda de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas enfocar los paquetes turísticos y precios de productos o servicios entre 0\$-250\$ que son los ingresos de los visitantes mensuales y considerar que están dispuestos a gastar entre 0-20\$ diarios. Implementar zonas de parqueadero seguro, ya que la mayoría de los visitantes van en auto propio. Incentivar la endogamia turística enfocados en las ciudades de la provincia de Pichincha estableciendo alianzas con operadores turísticos. Adecuar los espacios posibles para realizar la actividad de camping, ya que es el tipo de alojamiento de preferencia. Estandarizar formatos para la recolección de información del visitante y del lugar que a futuro permita tomar

decisiones más acertadas, como registro de visita, encuesta de satisfacción, control de materia prima con proveedores, registro de limpieza de los servicios higiénicos, entre otros.

5. Se recomienda de acuerdo a los resultados obtenidos en las entrevistas a las autoridades trabajar menos en planificación y realizar más acciones, es decir no enfocarse en lo teórico sino en lo práctico para que en verdad el desarrollo turístico en Guápulo y demás barrios y zonas a cargo empiecen a darse. Buscar los medios de difusión adecuados para informar de los servicios que pueden ofrecer ya que mucha de la comunidad no tiene conocimiento, por ejemplo, de los servicios de seguridad que puede proporcionar la policía y a los establecimientos y lugares turísticos. Gestionar de manera adecuada el reconocimiento como Zona Patrimonial por la UNESCO en el año 1978 para que de beneficios al lugar.
6. El tema del turismo experiencial se encuentra interesante para lograr el desarrollo turístico de un destino por lo que se recomienda mayor cantidad de investigaciones al respecto que permita la creación de un vínculo entre los visitantes, los prestadores de servicios y los moradores del barrio.

Referencias

- <https://www.gob.ec/sngp/tramites/otorgamiento-personalidad-juridica-otras-formas-organizacion-asociaciones-corporaciones-fundaciones#money>
- Aguilar, E., Álvarez, A., Albuquerque, F., Baigorri, A., Camarero, L., García, M., . . . Villasante, T. (2007). *Perspectivas teóricas en Desarrollo Local*. La Coruña. Netbiblo, S. L.
- <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/11874/9788497450331.pdf>
- Albuquerque, F. (2003). *FLACSO Andes*. Obtenido de TEORÍA Y PRÁCTICA DEL ENFOQUE DEL DESARROLLO LOCAL: <https://www.flacsoandes.edu.ec/agora/teoria-y-practica-del-enfoque-del-desarrollo-local>.
- Ananké. (2016). BAR - RESTAURANTE – PIZZERÍA. <https://www.anankeguapulo.com/>
- Asociación Internacional de Aprendizaje Experiencial. (2020, 9 de septiembre). Qué es el Turismo Experiencial. [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=rj69w6R4vjA>
- Centomono, M. (2009). 1.8 El sistema turístico: Definición, composición, interacciones <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041347/1-8%20El%20Sistema%20Tur%3ADstico%3A%20Definici%C3%B3n%2C%20composici%C3%B3n%2C%20interacciones#footnote-anchor-1>
- CEPEIGE. (2008). Centro Panamericano de Estudios de Investigaciones Geográficas XXXVI Curso internacional de geografía aplicada. Ordenamiento territorial de patrimonios naturales y culturales. Mapa base de Guápulo. <http://www.cepeige.org/wp-content/uploads/2018/05/3mapa-base-guapulo.pdf>
- CEPEIGE. (2008). Propuesta de lineamientos ambientales, riesgos y patrimoniales que contribuyan al ordenamiento territorial del barrio de Guápulo. <http://www.cepeige.org/wp-content/uploads/2018/05/DocumentoCompleto.pdf>
- Constitución del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Asamblea Constituyente. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Cruz, A. (2017). Análisis de las rutas patrimoniales turísticas del Distrito Metropolitano de Quito y su incidencia en la operación turística en el convento de Guápulo en el año 2016. <https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/2586>
- Falconí, M. y Arias, L. (2019). Creación de marca local Guápulo, Ecuador. <https://www.icono14.net/ojs/index.php/actas/article/download/1312/1514>
- Guerrero, P. y Ramos, R. (2014). *Introducción al Turismo*. Grupo Editorial Patria. <https://bit.ly/37Y5O6v>
- Hellín, P. y Puche, S. (2009). Marca turística y movie maps. Identidad, cine y publicidad como productos de consumo [Archivo PDF]. <http://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/download/42771/46425/0>
- Henche, B. (2017). Los mercados de abastos y su comercialización como producto de turismo de experiencias. El caso de Madrid.

- <http://www.madridcapitaldemoda.com/wp-content/uploads/2020/03/mercados-madrid.pdf>
- Henche, B. y Carrera, E. (2017). Asociacionismo, redes y marketing en la transformación hacia el turismo experiencial. El caso del barrio de Las Letras. Madrid.
<http://revistas.um.es/turismo/article/view/309731>
- Jijón, F. y Terán, J. (2019). LOS RECURSOS TURÍSTICOS DEL BARRIO GUÁPULO DE LA PARROQUIA ITCHIMBIA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO EXPERIENCIAL.
<http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/handle/21000/21561>
- Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol, nº 2, nº 4 pp. 90-122 .Hernández-Mogollón, J, Pasaco-González, B & Campón- Cerro, A “Community-based tourism from the experiential approach: a way of tourist's participation with local communities”<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7429708.pdf>
- Leira, G. (2013). “Dream Society and changes in tourist activity”. [Archivo PDF].
https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12631/ROT_6_2013_art_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lema, W. (2017). Diferencias entre un Turismo experiencial transformacional y un Turismo convencional. <http://turismo-experiencial.blogspot.com/2018/05/diferencias-entre-un-turismo.html>
- Ley de Turismo. (2014). Ley de Turismo. Congreso Nacional.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Lind, D., Mason, R., y Marchal, W. (2012). Estadística para administración y economía. México: McGraw-Hill.
https://www.academia.edu/16305525/Estad%C3%ADstica_Lind_Marchal_2012
- Llopis, P. (2019). Turismo Experiencial, Creativo y Transformador, con un enfoque de género. Desarrollo de una plataforma online de experiencias turísticas sostenibles.
http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/92747/6/paloviTFM02_19memoria.pdf
- Ministerio de turismo. (2019). Informe de Rendición de cuentas. Quito.
https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/RENDICIO%CC%81N-DE-CUENTAS-2016_final.pdf
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2014). Resolución N° 012. Planes de gestión para las zonas especiales turísticas de la Mariscal y Centro Histórico.
- Museos de Quito. (2015). MUSEO FRAY ANTONIO RODRÍGUEZ – GUÁPULO.
<http://museosdequitosextosemestreslygoyes.blogspot.com/2015/05/museo-fray-antonio-rodriguez-guapulo.html>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>

http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Resoluciones%20de%20Alcald%C3%ADa/A%C3%B1o%202014/RA-2014-0012%20%20%20PLANES%20DE%20GESTI%C3%93N%20PARA%20LAS%20ZONAS%20ESPECIALES%20TUR%C3%8DSTICAS%20DE%20LA%20MARISCAL%20Y%20CENTRO%20HIST%C3%93RICO.pdf

OMT. (2015). Organización Mundial del Turismo (OMT) El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Publicado e impreso por la Organización Mundial del Turismo (OMT), Madrid (España).

<https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417766>

Panoso, A., Lohmann, G. (2012). Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas. México: Trillas.

PND. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una vida.

https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_OK.compressed1.pdf

RAE. (2020). Definición de experiencia. <https://dle.rae.es/experiencia>

Reglamento General a la Ley de Turismo. (2015). Reglamento General a la Ley de Turismo.

Decreto ejecutivo 1186. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>

Rivera, M. (2015). Turismo experiencial y gestión estratégica de recursos patrimoniales: un estudio exploratorio de percepción de productos turísticos en las Sierras Subbéticas cordobesas de Andalucía.

<https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/15115>

Rodríguez, J.C. (2013). Plan de desarrollo turístico Histórico-Cultural de Guápulo. UNIBE.

<http://repositorio.unibe.edu.ec/handle/123456789/233?show=full>

Senda Ecoway. (2020). ¿Qué es el turismo experiencial o de emociones?

<https://sendaecoway.com/blog/turismo-experiencial/>

Tanai, M.F. (2018). Prácticas de poder local en el barrio de Guápulo. Universidad Andina

Simón Bolívar. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6437/1/T2745-MELA-Tanai-Practicas.pdf>

UNWTO. (2020). Guiar la recuperación del turismo. <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>

UNWTO. (2021). El peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

Varisco, M. C. (2013). SISTEMA TURÍSTICO. SUBSISTEMAS, DIMENSIONES Y CONCEPTOS TRANSDISCIPLINARIOS. *Nulan*. <http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf>

Vásquez, C. (18 de agosto de 2021). Fotografías de los establecimientos y lugares turísticos de Guápulo, Quito, Ecuador.

Ventura, J. (2015). Modelos alternativos de Desarrollo ¼-Definición de Desarrollo y críticas al modelo vigente. <https://vaventura.com/divulgacion/desarrollo/modelos-alternativos-desarrollo-14-definicion-desarrollo-criticas-al-modelo-vigente/>

Miranda, U. y Acosta, Z. (2009). Fuentes de información para la recolección de información cuantitativa y cualitativa. <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/06/885032/texto-no-2-fuentes-de-informacion.pdf>

Sancho, A. (2001). Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404889>