

Gastronomía y cultura el barrio de San Marcos: un espacio de contrastes

Gastronomy and culture of San Marcos neighborhood: a space of contrasts

Marcos Eduardo Valdés Alarcón*¹, Alexis Litnitov Estrella Irizabal¹ y Diana Carolina Vernaza Jarrín¹

¹ Universidad Tecnológica Equinoccial

*marcos.valdes@ute.edu.ec

DOI: https://doi.org/10.26871/killkana_social.v3i3.439

Resumen

La gastronomía como segmento de la cultura, fomenta las creencias populares y es parte activa de las festividades por su característica de aglutinar las masas en su entorno. Lo anteriormente expuesto se expresa en un vasto número de simbolismos que provocan identidad y se ligan a la tierra, y a la industria alimenticia que permite el desarrollo de la gente, del barrio, que es el espacio físico donde se desenvuelven, y con el turismo como eje fundamental para la redistribución de recursos. San Marcos es un barrio representativo de la ciudad de Quito, lleno de espacios donde sus productos están enriquecidos de historia, amor y celos, sin embargo, no están explotados como deberían, por lo tanto, es necesario promoverlo y fortalecerlo, para hacer de este barrio una parte importante de la gastronomía quiteña. Para lograrlo se toma como referencia el modelo "Propuesta Metodológica para el Ordenamiento Territorial" donde se consideran temas turísticos y sustentables según las características del lugar para potenciarlos. Se realizaron estudios de campo, obtenidos en los lugares de venta de alimentos y bebidas, del párroco y de los vecinos, visitantes y turistas en el barrio. Fue necesario además revisar fuentes bibliográficas, documentos de organismos oficiales y los que se relacionen con el estudio. El método utilizado fue analítico-sintético, el cual se aplicó de forma individual e integral para así poder obtener los objetivos de la investigación.

Palabras clave: potencialidad gastronómica, cultura, gastronomía, turismo, sostenibilidad.

Abstract

Gastronomy, as a segment of a culture, foments popular beliefs and it is an active part of the festivities due to its feature of agglutinating the masses in their environment. The aforementioned is expressed through a vast number of symbolisms that evoke identity, these are linked to both, the land and the nutritional industry allowing people's development of the neighborhood, which represents the physical space whereby they develop themselves in conjunction with tourism as a fundamental axis for the redistribution of resources. San Marcos is an emblematic neighborhood from Quito, full of spaces where its products are enriched with historical backgrounds, love, and zeal; however, they are not being exploited as they should, therefore, it is essential to promote and strengthen them to turn this neighborhood into an important part of Quito's gastronomy. To achieve this, the "Methodological Proposal to Territorial Planning" model is taken as a reference, where tourism and sustainable topics are considered according to the characteristics of the place to enhance them. To this end, field studies were carried out at food and beverage sales points where results were obtained, so were they from the parish priest, neighbors, visitors, and tourists in the neighborhood. It was also necessary to revise bibliographical sources, documents of official organisms, and those related to the study. The analytical-synthetic method used was applied individually and comprehensively in order to procure the objectives of the research.

Keywords: gastronomic potential, culture, gastronomy, tourism, sustainability.

1 Introducción

Desde la aparición del ser humano, comienza a surgir la historia de la gastronomía, se da inicio a la transformación del alimento, a la definición de sabores a través de las combinaciones de carnes con frutos y con toda la gama de alimentos a su disposición, surgen innumerables fórmulas para satisfacer el paladar y emergen incontables recetas de

la experiencia, para entregarse como legado generación tras generación.

En el Ecuador, cuando los españoles llegaron se encontraron con gran cantidad de preparaciones, legado de nuestras progenies, que en el transcurrir del tiempo fueron parte de complejos procesos gastronómicos, que culmina-

ron en una amalgama armoniosa que perdura en parte hasta nuestros días: la cocina criolla.

Al hablar de gastronomía, se sugiere también de forma tácita, a todas las actividades relacionadas que permiten que se muestre en escena. La primera de ellas, ligada a la tierra y a la industria alimenticia, materia prima de la labor culinaria; la segunda que se encuentra establecida por la cultura concebida como la veía José María Vargas, fraile dominico, quien la explica como la concepción de la vida, poseída por individuos a lo largo del tiempo en un espacio determinado (Vargas, 1965), y la tercera, aquella comprometida con el desarrollo de la gente, del barrio, que es el espacio físico donde se desenvuelve, y con el turismo, motor de la redistribución de recursos.

No cabe duda que Quito, “Patrimonio Cultural de la Humanidad” es un destino que ha venido tomando fuerza en estos últimos años, gracias a la contribución de muchos actores, que han destinado recursos, pasión y esfuerzo para proteger y reavivar la cultura, para mejorar la infraestructura, la conectividad, los productos y servicios.

Es usual que cuando se trata el patrimonio cultural, éste se asocie de manera inmediata a lo tangible; Objetos arqueológicos, históricos, artísticos, etnográficos, tecnológicos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico. (UNESCO, 1998) Podría plantearse que desde hace muy poco tiempo se comienza a notar la significación de otro tipo de patrimonio cultural, el intangible; costumbres o memorias vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, de forma oral, a través de artes, prácticas sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y experiencias relativas a la naturaleza y el universo, además de saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional (UNESCO, 2011). Ambos patrimonios son sumamente importantes, piezas claves de la cultura, sea local, regional, o nacional y forman parte de un bien colectivo.

Es primordial que todo hombre conozca su cultura, la que concebimos desde su concepto amplio procedente de la antropología, o como el conjunto de símbolos, valores, actitudes, habilidades, conocimientos, significados, formas de comunicación, organizaciones sociales y bienes materiales que permiten abrir la puerta de una sociedad determinada facilitándole transformarse y reproducirse como tal,... (Batalla., 2003) , para legitimar y justificar el presente”. (Álvarez, 2004) Citado por (González Huevo, 2008)

En Quito, posiblemente al igual que en el resto del mundo, la tradición alimentaria aparece estrechamente vinculada al pasado de los individuos, al recuerdo, la memoria gustativa, los aromas y colores de la niñez; pero también a la identidad generada por el entorno.

Así, aquellos espacios, donde la gente misma germinó, y que por gracia ha podido proteger y coparticipar de su heredad cultural, son aquellos donde intrínsecamente sus productos están enriquecidos de historia, amor y celo. En Quito, San Marcos sin duda es referente de aquello.

Barrio en el que a pesar de su riqueza cultural gastronómica subyace una subvaloración de la existencia de la misma en la colectividad, lo que nos lleva a preguntarnos si ¿Es representativo promover y fortalecer la gastronomía del barrio San Marcos como parte importante de la gastronomía Quiteña?

Lo que hace considerar la importancia de la caracterización de la potencialidad Gastronómica del barrio San Marcos de Quito para la contribución al desarrollo ordenado de las actividades turísticas, mediante la actividad gastronómica; a través de la identificación de los establecimientos Gastronómicos del Barrio, la valoración de las condiciones y potencialidades de los establecimientos de A&B, así como, la determinación de la potencialidad Gastronómica del Barrio San Marcos, utilizando métodos basados en modelos previos.

1.1 Marco Teórico Contextual

La Gastronomía de San Marcos. La herencia

El proceso de desarrollo gastronómico de la “Loma Chica” actual San Marcos, ha estado constituido por las mismas características históricas que modelaron al Barrio, estructurado por las peculiaridades que pudieron generarse en la convivencia de los seres humanos que lo han habitado; gente indígena, mestiza y española, que compartió tanto el espacio, como vivencias y actividades, generándose así un sincretismo cultural que concibió maneras de alimentación con dinámicas especiales.

La ubicación en un espacio de convergencia de quebradas, que marginaban parte de la entonces parroquia de San Marcos fundada alrededor de la década de 1580, de alguna manera también coadyuvó, junto a otros factores, para que se generen características particulares, que determinaron un acervo cultural y vivencial considerablemente original. Tan especial ha sido la comunidad que ha residido en San Marcos que, a pesar del tiempo, de la movilidad humana y de haber estado conformada por personas de distintas clases sociales, siempre se ha visto fuertemente influenciada por las creencias cristianas, el sentido de colaboración, el amor al arte, a la herencia y a la patria.

Es como si el barrio con espíritu propio transfiriera su esencia vital a quienes por decisión o por propósitos de un poder superior se establecieron en San Marcos, de forma tal que aún se mantiene en algunos el ánimo de grupo tanto para el progreso, como para el cuidado patrimonial. Ha sido cuna de Militares, de próceres, de grandes políticos, de devotos religiosos, de artesanos y artistas, así como de emprendedores de todo tipo; y, ha brindado el espacio para el nacimiento de renombrados centros educativos, espacios de ayuda social y religiosa, talleres, fábricas y establecimientos de alimentos y bebidas. Hablar de la gastronomía del Barrio San Marcos, es como hablar de su Geografía, de su cima y sus declives, donde coexisten propuestas para distintos segmentos, observándose establecimientos que brindan alimentación por pocas monedas y en que la

etiqueta no es importante, en contraste gradual con establecimientos pensados para otros consumidores mucho más exigentes.

Hablar de gastronomía en el Barrio, también es hablar de historia, cultura y tradición, es hablar de cultivos y crianza de animales en sus inicios, pero también de pulpería, confitería, comedores populares, de fideos, caramelos y chocolates fabricados, y de ese afán emprendedor que conllevó a montar en el tiempo, varios negocios de alimentos, como fuera la por muchos años renombrada panadería por su calidad “la sufrida Eufemia” o ya en tiempos más actuales, aquellos que han visto pasar generaciones sin perder de vista su misión de complacer antojos y brindar calma a aquellos estómagos hambrientos, como han sido la “Auténtica Mama Miche” o la “Picantería Laurita - la tía de San Marcos”.

Así también, muchos negocios de los que ya no están, posiblemente dejaron huella en sus clientes y vecinos; otros, solo estuvieron de paso, pero lo que es seguro, es que los que existieron, los que perduran o los que se fueron, tienen su propia historia ligada a las personas que les dieron vida.

Hoy el barrio persiste, pero el espacio que ocupa, la gente que lo habita, que en él labora o ronda y el momento mismo, hace muy difícil un espíritu de cuerpo con fines comunes. La gastronomía entonces tampoco tiene un horizonte definido, pero se ve impulsada por la exigencia del consumidor contemporáneo.

1.2 El Ahora

En el barrio San Marcos de Quito, por las particularidades mencionadas, conviven aún distintas interpretaciones gastronómicas direccionadas a cubrir desde la más simple necesidad de alimentarse, pasando por cumplir con ciertos antojos, hasta ofrecer experiencias vivenciales que coadyuvan al disfrute de una culinaria de alto nivel.

Empero, es menester considerar a la gastronomía como una más de las actividades cargadas de cultura, tradición y herencia que se desarrollan en el Barrio; mismo poseedor de costumbres arraigadas que se acunan en función de creencias religiosas y sentido de buena vecindad y buen vivir. Claro está que no toda la circunscripción del Barrio comparte el mismo sentido de pertenencia, más bien, cada vez se ha reducido el espacio ocupado por gente de visión afín, que considera a San Marcos su hogar.

1.3 Marco Teórico Conceptual

En los últimos años se ha considerado que, para generar desarrollo en un espacio territorial, es necesario un adecuado orden generado por una planificación pensada como instrumento preventivo y paliativo para posibles conflictos.

Considerando aquello, no hay duda de la importancia de la gastronomía como fenómeno social, actividad económica y elemento de la estructura territorial de numerosos lugares y regiones. Así, la planificación para el desarrollo del turismo generado por la oferta gastronómica,

se encuentra inevitablemente ligada con el paradigma de la sostenibilidad, que se concreta al ser económicamente viable, socialmente justa y cuidadosa del medio ambiente, que presume revalorización del patrimonio y, reorientación de la planificación y gestión turística.

La experiencia dada en algunos países ha demostrado que se puede generar una gestión de desarrollo de manera eficiente enmarcada en la sostenibilidad, estableciendo que no son las cifras únicamente las relevantes sino todos los elementos del sistema.

Partiendo de aquello, es indispensable considerar para el diagnóstico y la planificación, a los factores social, económico, cultural, ambiental, demográfico, geográfico y turístico; que van más allá de la mera delimitación de zonas y representan una opción ineludible de consenso social y económico, y un instrumento para la armonización territorial y la legibilidad espacial (Antón, 2004); diagnóstico que una vez expuesto de forma clara, permita emitir criterios técnicos.

A continuación conceptualizaciones de terminología relacionada a la investigación:

Territorio: Extensión de tierra que corresponde a un espacio de división política que pertenece a un estado y donde una población se desarrolla.

Autonomía: Potestad de una entidad territorial dependiente, para administrarse conforme a sus propias normas y organismos para lograr un mejor desarrollo económico, político y social.

Planificación Territorial: Acción o intervención que busca el desarrollo o estructuración de un territorio, con fines de progreso.

Turismo: Actividades relacionadas por el desplazamiento de las personas fuera de su lugar habitual de residencia, y que produce impactos en el lugar de destino.

Atractivos turísticos: Conjunto de bienes naturales y culturales que generan interés y movilidad humana.

Servicios turísticos: Se refiere a todo el conjunto de actividades económicas que genera la planta turística con el fin de atender a visitantes y turistas y que contribuyen al desarrollo del territorio.

Gastronomía: Atractivo y servicio turístico indispensable para la actividad turística.

Infraestructura de uso turístico: Servicios complementarios que favorecen al desarrollo de la actividad turística en un territorio.

Conectividad: Se refiere a las vías de acceso y medios de transporte que son inherentes a un espacio determinado en un territorio.

Potencialidad: Posibilidad de ser en el futuro, generada por la interrelación de elementos.

2 Metodología

La metodología fue adaptada para ser aplicada en el ámbito de la oferta gastronómica, a partir del modelo propuesto por Jarrín y Román en su libro “Propuesta Metodológica para el Ordenamiento Territorial”(Jarrín y

Román, 2010), la cual consiste en comparar escalas donde se relacionan los componentes del sistema turístico con elementos de la sustentabilidad y se ponderan en valores relativos conforme a características propias de la localidad estudiada; posteriormente se genera una valoración con la cual se determina la potencialidad.

La investigación se fundamentó en estudio de campo, levantamiento de información obtenida en los establecimientos de expendio de alimentos y bebidas del Barrio San Marcos, del Párroco de la parroquia, de la población del sector, visitantes y turistas.

Además se hizo necesaria la revisión de fuentes bibliográficas, de documentos de organismos oficiales y más documentos relacionados con el tema.

El estudio se integró aplicando el método analítico-sintético, al analizar los componentes en forma individual e integrada para cumplir con los objetivos de la investigación y determinar la potencialidad.

3 Resultados

En este sentido, se tomaron en cuenta los cinco grupos de variables que presenta el modelo, donde de acuerdo a las cualidades se asignan valores, que en conjunto se evalúan sobre 100 puntos, para calificar la unidad territorial de análisis, que mientras más alto puntaje reporte, mayor potencialidad simbolizaría. Así, los valores corresponderían conforme a la siguiente tabla:

Tabla 1: Nivel de potencialidad turística

Potencialidad	Puntaje
Muy alta	80 - 100
Alta	60 - 79
Media	40 - 59
Baja	1 - 39

Fuente: Diagnóstico de la potencialidad Turística de la Parroquia de Tumbaco, Provincia de Pichincha

Elaborado por: Autores

Tabla 2: Los elementos de valoración que se consideraron

Oferta	Infraestructura básica	Comunicaciones	Demanda turística	Impacto social
Jerarquía	Energía	Conectividad	T. Interno	Vocación turística
Densidad	Agua potable	Vías de acceso	T.Receptivo	Seguridad
Tipo, categoría y plaza	Alcantarillado	Transporte		
Atractivos del entorno				
Servicios turísticos (otros)				
Ubicación				

Fuente: Diagnóstico de la potencialidad Turística de la Parroquia de Tumbaco, Provincia de Pichincha

Elaborado por: Autores

Operativización

Para la aplicación de la metodología, se definieron los siguientes objetivos:

- Identificar los establecimientos Gastronómicos del Barrio San Marcos, a través de una visita de campo.
- Valorar las condiciones y potencialidades Gastronómicas de los establecimientos de A&B que se encuentran en el Barrio San Marcos, a través de la aplicación de una matriz de recolección de datos particulares.
- Determinar la potencialidad Gastronómica del Barrio San Marcos, a través de la aplicación de una metodología experimental.

Una vez definidas las acciones, conforme a los requerimientos, se precisó cuáles serían los datos específicos que se necesitaban para el levantamiento de información y que se trabajaron en el espacio delimitado. Así, se adecuaron las fichas modelo del Ministerio de Turismo del Ecuador y, se consideraron algunos aspectos, que permitieron la identificación y tipificación de los establecimientos de Alimentos y Bebidas, para la valoración de las condiciones y potencialidades de los mismos, así como la vocación turística que poseen los residentes del barrio.

Además de los elementos tomados en cuenta para la aplicación de la metodología, se consideraron para el análisis, los siguientes:

- Tipos de establecimientos de Alimentos y Bebidas
- Categorías de los establecimientos
- Tiempo de funcionamiento de los Establecimientos
- Legalidad del funcionamiento
- Tipos de productos alimenticios ofertados
- Calidad de la infraestructura
- Aforo
- Accesibilidad

Datos, de los cuales se obtuvieron los resultados y que en conjunto con otros elementos permitieron la aplicación del modelo metodológico para la determinación de la potencialidad.

Tabla 3: Empresas de A&B de San Marcos - Quito

Número	Nombre del Establecimiento	Categoría
1	-Restaurante Don Fausto	2
2	-Restaurante Christian	3
3	-La Auténtica Mama Miche	4
4	Jugos Naturales y Batidos	1
5	Jugos Don Pepe	2
6	-El sabor manaba	2
7	-Asadero La granja de Kristy	2
8	/Ricuras de Colombia	1
9	-Los ricos morochos de Doña Mercedes	2
10	-Las auténticas guatas de la Marín	2
11	-Caravana	2
12	-Bonanza David	2
13	/Tortillas de Guaranda	3
14	-Don Pollo	2
15	-Los cangrejos de la mona	2
16	-Familia del mar	3
17	-Restaurante Bellavista	2
18	*Picantería Laurita	2
19	-La quinta paila del diablo	2
20	/La piedra de Cantuña	2
21	-Caldito de la Montufar o Carrillo	2

Tabla 3: Empresas de A&B de San Marcos - Quito... (continuación)

Número	Nombre del Establecimiento	Categoría
22	-Restaurante Viena Internacional	2
23	-Taberna Real	2
24	-El Descanso	2
25	-Octava de Corpus	lujo
26	*Bubble Ice tea	2
27	*Jugos Don Pancho	3

FUENTE DE SODA *

CAFETERÍA /

RESTAURANTE -

Fuente: Propia, datos obtenidos en visita de campo.

a) Tipos de establecimientos presentes en el Barrio San Marcos.

La clasificación brindada por las autoridades gubernamentales, están fundamentadas en parámetros básicos y no necesariamente reflejan similitud entre establecimientos que pertenecen a un mismo tipo; menos aún en San Marcos, que presenta negocios de alimentos para varios segmentos de mercado, de distintas especialidades y con particularidades que en algunos casos son únicas.

Tabla 4: Cantidad de establecimientos de A&B por tipo en San Marcos - Quito

Tipo de Establecimiento	cantidad
Cafetería	3
Restaurante	19
Fuente de soda	5

Fuente: propia

b) Categorías de los establecimientos

Tabla 5: Cantidad de establecimientos de A&B por categoría en San Marcos - Quito

Categoría	cantidad	porcentaje
Lujo	1	3.80 %
Primera	2	7.70 %
Segunda	19	73.10 %
Tercera	4	15.40 %
Cuarta	1	3.80 %

Fuente: propia

En cuanto a la cantidad de establecimientos de acuerdo a su categoría, podemos observar que la mayor cantidad de ellos pertenecen a segunda categoría, seguidos por los de tercera categoría, encontrando únicamente dos establecimientos de primera categoría y sólo uno de lujo. Es importante indicar que la mayoría de ellos, no están concentrados en la parte considerada más apta para el turismo, sino más bien dispersos en el barrio.

Tabla 6: Distribución de establecimientos de A&B por categoría y tipo en San Marcos - Quito

Tipo	Categoría/Cantidad				
	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta
Cafetería		1	1	1	1
Restaurante	1		15	2	2
Fuente de soda		1	3	1	1

Fuente: propia

c) Tiempo de funcionamiento de los Establecimientos

Tabla 7: Cantidad de establecimientos por rango de tiempo de funcionamiento en San Marcos - Quito

Año de inicio del funcionamiento	Cantidad establecimientos
1940 - 1969	1
1970 - 1990	8
1990 - 2010	8
2010 - 2018	10

Fuente: propia

Si bien es cierto, muchos de los establecimientos en San Marcos son relativamente nuevos, y además se ha observado que algunos que se encuentran catastrados ya no funcionan en el barrio, es notorio también que existen establecimientos que han permanecido en el tiempo, viendo pasar la historia. Se han encontrado en ese entorno establecimientos desde muy jóvenes, hasta aquellos que han sobrepasado siete décadas a la fecha.

d) Legalidad del funcionamiento

Tabla 8: Cantidad de establecimientos de A&B con permisos en regla en San Marcos - Quito

Permisos en regla	Cantidad
si	19
no	0
en tramite	8

Fuente: propia

Como se puede observar, al momento de la investigación de campo, se pudo evidenciar que apenas el 70 % de los establecimientos contaban con todos los permisos para funcionar legalmente, claro está que es de considerar que en los primeros meses de cada año se tramita la nueva asignación de permisos y posiblemente es el caso de aquellos que mencionan estar tramitando los mismos.

e) Tipos de productos alimenticios ofertados

Tabla 9: Cantidad de establecimientos de A&B Por tipo de alimentos ofertados en San Marcos - Quito

Tipo de producto	Cantidad
Cocina nacional	19
Cocina internacional	2
Comida vegetariana/ vegana	0
Comida rápida	3
Otro	3

Fuente: propia

Como se evidenció en la visita, la mayoría de los establecimientos, diecinueve de ellos, ofertan platillos de cocina nacional, teniendo poca oferta de cocina internacional, nada de cocina con particularidades como para gente vegetariana o vegana y el resto se dividen entre comida rápida u otras ofertas.

f) Tipos de productos alimenticios ofertados

Tabla 10: Calidad de la infraestructura en establecimientos de A&B de San Marcos - Quito

Parámetro de calidad	No. De establecimientos
Excelente	3
Bueno	17
Regular	7
Malo	0
En reparacion	0

Fuente: propia

De lo observado en la visita, únicamente tres de los establecimientos, guardaban condiciones excelentes en su infraestructura, la mayoría el 63 % de ellos que corresponden a diecisiete, mantenían buenas condiciones en el área de atención a los clientes, mientras que el resto no presentaban un buen estado de la infraestructura donde funcionaban.

g) Aforo

Tabla 11: Aforo en establecimientos de A&B de San Marcos - Quito

Tipo	Categoría/Aforo				
	Lujo	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta
Cafeteria		60	36	30	
Restaurante	30		753	78	8
Fuente de soda		12	40	10	
TOTAL	30	72	829	118	8

Fuente: propia

Como era de esperarse, al ser los restaurantes el mayor número de establecimientos y bebidas en San Marcos, es que existe mayor número de plazas para la atención a clientes. Más si tomáremos en cuenta a todos los establecimientos, se podría atender por servicio de una sola vez a un número de un mil sesenta y siete comensales, claro está sin tomar en cuenta las particularidades de los negocios.

h) Accesibilidad

Tabla 12: Accesibilidad en establecimientos de A&B de San Marcos - Quito

Cuenta con adaptaciones para accesibilidad	No. Establecimientos
si	3
no	3
no aplica	21

Fuente: propia

Al ser un barrio patrimonial, muchas de las edificaciones donde se encuentran los establecimientos, no admiten transformaciones arquitectónicas, lo que limita la adecuación de los establecimientos para hacerlos más accesibles. Además el desconocimiento, la falta de interés y/o recursos, también son causa probable para que la mayoría de los establecimientos no presente adecuaciones de accesibilidad.

Análisis de la Potencialidad Gastronómica para el Turismo

Al realizar la aplicación de la metodología adecuada para la determinación de la potencialidad gastronómica del barrio, se obtuvieron los siguientes datos, que reflejan como resultado una potencialidad media, que es necesario analizarla.

Tabla 13: Tabla de Potencialidad Gastronómica del barrio San Marcos - Quito

Resúmen de puntajes por componentes y elementos del barrio San Marcos de Quito - Ecuador				
Elementos evaluativos	Puntuación óptima	Porcentajes de valoración	Puntuación obtenida	Potencialidad
Oferta		40	19.77	MEDIA
Jerarquía	15		9.45	
Densidad	5		4	
Tipo, categoría y plaza	8		3	
Atractivos del entorno	3		0.42	
Servicios turísticos (otros)	2		2	
Ubicación	2		0.9	
Infraestructura básica		8	8	
Energía	2		2	
Agua potable	2		2	
Alcantarillado	2		2	
Comunicaciones	2		2	
Conectividad		7	7	
Vías de acceso	4		4	
Transporte	3		3	
Demanda turística		35	11	
T. Interno	20		4	
T. Receptivo	15		7	
Impacto social		10	5	
Vocación turística	5		2.5	
Seguridad	5		2.5	
TOTAL		100	50.77	

Fuente: propia

4 Conclusiones

San Marcos así, es un tesoro cultural escondido en un recodo andino, lleno de cultura, historia y gente amable, pero celosa de conservar su patrimonio. La extensión y geografía del barrio no han permitido a lo largo del tiempo generar compromiso e interés en todas las personas que en él residen o laboran, tal es que igual que en su proceso histórico la gente de la parte más alta, la calle Junín, sus transversales y a penas de las siguientes paralelas han formado comités, se ocupan de su entorno en cuanto a seguridad, limpieza y desarrollo, motivando incluso a emprendedores, artesanos y empresarios a guardar estándares de calidad acordes al espíritu del barrio heredado en el tiempo.

En cuanto a la potencialidad gastronómica para el turismo de este sector, podemos mencionar luego de la investigación y análisis, que a pesar de estar en medio del Centro Histórico de Quito, de contar con infraestructura necesaria y gran atractivo cultural, la potencialidad es media, ya que la oferta gastronómica no es suficiente aún ni en variedad de producto y calidad ni mantiene horarios

extendidos de atención, además si bien es cierto la gente es amable, no está dispuesta a recibir turistas de otro tipo que no sea el cultural y que brinde un respeto absoluto tanto a la arquitectura y entorno, como a la gente que prefiere seguir viviendo en un espacio de paz seguridad y armonía.

Para el resto del barrio, la gastronomía es vista más como un servicio y para quienes la ofertan ésta es su fuente de ingresos, el medio de sus subsistencia.

Además es importante mencionar que cualquiera sea la visión, la oferta, debería ser de calidad y el mejoramiento continuo una filosofía de vida para quienes están a cargo de los establecimientos de alimentos y bebidas.

Referencias Bibliográficas

- Batalla., G. B. (2003). Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados. *Patrimonio cultural y turismo. Cuadernos 3. Pensamientos acerca del patrimonio cultural* Antología de textos, CONACULTA, México.
- González Huezo, B. (2008). Gastronomía del barrio del Santuario. En *Tesis, maestría en gestión y desarrollo cultural. guadalajara, jalisco.*
- Jarrín, M. d. L., y Román, M. (2010). *PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL*. QUITO: UCT.
- Álvarez, M. (2004). Las recetas de cocina, arte y parte de la tradición. En *Puebla, patrimonio cultural y turismo* (Vol. Cuadernos 7). (5° Congreso sobre patrimonio gastronómico y turismo cultural)
- UNESCO. (1998). Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo..
- UNESCO. (2011). What is intangible cultural heritage.
- Vargas, J. M. (1965). *Historia de la Cultura Ecuatoriana*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.

Recibido: 10 de mayo de 2019

Aceptado: 14 de octubre de 2019



