

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**



**ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

**INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO**

**TEMA**

**PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO DEL BARRIO LAS  
PEÑAS COMO BARRIO CREATIVO DE LA CIUDAD DE  
GUAYAQUIL.**

**AUTORES**

**ARELIS MADELEINE AVENDAÑO SUDARIO  
ÁNGEL JOSUE PALACIOS ARCE**

**DIRECTOR**

**MSC. LOURDES PILAY**

**AÑO  
2015**

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos empezar agradeciendo a Dios por brindarnos la salud y la sabiduría necesaria en los momentos más decisivos e importantes de la realización de nuestra tesis, agradecerles a nuestros padres y familiares por brindarnos su apoyo incondicional en cada instante, desde el inicio de nuestra carrera hasta este punto de suma importancia, a nuestra compañera Lizzy León por brindarnos su ayuda en los momentos de realización de lluvia de ideas, y de profunda investigación en el desarrollo de nuestro proyecto. También queremos dar nuestro agradecimiento a la familia de Exacto IT – Evec, por su desinteresado apoyo y su comprensión al permitir estar ausente en varias horas laborales diarias por motivos de suma importancia en la elaboración de la tesis.

Por último deseamos dar un profundo y más sincero agradecimiento a los docentes que nos ayudaron a lo largo de la carrera por adquirir mucho conocimiento y destreza, que nos fue de fundamental importancia al aplicarlo en el proyecto de tesis, pues gracias a su guía y a sus enseñanzas hemos llegado hasta este nivel de desarrollo profesional de nuestra carrera.

**Arelis Avendaño**

**Ángel Palacios**

## **DEDICATORIA**

Un largo trabajo requiere principalmente de mucha dedicación y esfuerzo, y otros factores externos que intervienen en el proceso de la realización de una tesis.

Primero queremos dedicar este proyecto a todas esas maravillosas personas que desde un principio confiaron en nosotros y nos brindaron su más desinteresado apoyo en cada paso y cada proceso de nuestra investigación, nuestros padres por darnos sus consejos y apoyo moral y de esta manera ayudarnos a no bajar la mirada en cada tropezón o caída. A nuestros amigos que con sus opiniones y sus críticas constructivas nos ayudaron a tomar muchas decisiones en el momento de redactar, a todos ellos les dedicamos este proyecto de tesis desde lo más profundo de nuestro corazón.

**Arelis Avendaño**

**Ángel Palacios**

### **DECLARACIÓN EXPRESA**

*La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.*

**FIRMAS DE LOS MIEMBROS DEL PROYECTO Y  
MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO**



---

**Lcda. María De Lourdes Pilay  
DIRECTORA DEL PROYECTO**



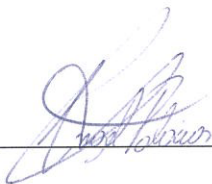
---

**Lcda. Ariana García León  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**FIRMAS DE LOS AUTORES DEL PROYECTO  
DE LA MATERIA DE GRADUACIÓN**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. Avendaño', written over a horizontal line.

**Arelis Madeleine Avendaño Sudario**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ángel Josué', written over a horizontal line.

**Ángel Josué Palacios Arce**

## INTRODUCCIÓN

El Barrio Las Peñas es uno de los lugares turísticos y patrimoniales más importantes de la ciudad. Aunque en la actualidad cuenta con algunos sitios de ocio y actividades de interés para los visitantes, tiene una mayor aceptación durante las exposiciones artísticas y funciones culturales que sólo se dan a cabo en las fiestas de Fundación e Independencia de Guayaquil; sin embargo, la mayoría de sus habitantes desconoce el valor histórico que aporta al progreso de la urbe porteña.

Es por esto que se ha desarrollado la propuesta de posicionamiento del Barrio Las Peñas como un barrio creativo. Este proyecto contiene un profundo proceso de investigación y de análisis en cada capítulo; en las generalidades se mencionan los antecedentes del barrio, el planteamiento del problema que nos llevó a realizarla y los objetivos que se busca cumplir.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco referencial, donde contiene el mayor peso investigativo acerca del barrio Las Peñas, en este capítulo se indaga para conocer la participación y el desempeño que ha tenido el barrio de interés a lo largo de los años y el motivo por el cuál es nombrado Patrimonio Cultural de la Nación; aquí también se analizarán los casos de estudio de otros lugares también llamados barrios creativos.

En el tercer capítulo se desarrolla el diseño de la investigación, en el cual se utilizarán técnicas y herramientas de investigación que será de suma importancia para realizar el análisis del entorno, el mismo que dará inicio al cuarto capítulo, donde el proceso del diseño busca encontrar la mejor solución en el área de estudio.

Finalmente, se menciona las posibles recomendaciones y conclusiones que mejorarán el desarrollo de posicionamiento del Barrio Las Peñas como Barrio Creativo de la ciudad de Guayaquil, conjuntamente con la bibliografía y anexos al proyecto.

# PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO DEL BARRIO LAS PEÑAS COMO BARRIO CREATIVO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

*Informe Materia de Graduación – EDCOM ESPOL*

## ÍNDICE GENERAL

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 1. GENERALIDADES .....                                            | 2  |
| 1.1 INTRODUCCIÓN .....                                            | 2  |
| 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....                               | 2  |
| 1.3 DELIMITACIONES .....                                          | 3  |
| 1.4 JUSTIFICACIÓN .....                                           | 3  |
| 1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....                                | 4  |
| 1.5.1 PREGUNTA GENERAL .....                                      | 4  |
| 1.5.2 PREGUNTAS ESPECÍFICAS .....                                 | 5  |
| 1.6 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....                                   | 5  |
| 1.6.1 OBJETIVO GENERAL .....                                      | 5  |
| 1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....                                 | 5  |
| 2. MARCO REFERENCIAL.....                                         | 7  |
| 2.1 ANTECEDENTES.....                                             | 7  |
| 2.2 LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL .....                      | 8  |
| 2.2.1 REFERENCIAS HISTÓRICAS Y POLÍTICAS.....                     | 8  |
| 2.2.2 TRADICIÓN Y CULTURA GUAYAQUILEÑA .....                      | 10 |
| 2.3 PATRIMONIO CULTURAL .....                                     | 13 |
| 2.3.1 DEFINICIÓN DE PATRIMONIOS CULTURALES POR LA UNESCO .....    | 13 |
| 2.4 UNESCO Y LAS CIUDADES CREATIVAS .....                         | 13 |
| 2.4.1 ALIANZA GLOBAL PARA LA DIVERSIDAD CULTURAL.....             | 13 |
| 2.4.2 CICLO CULTURAL.....                                         | 14 |
| 2.4.3 INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS .....                     | 15 |
| 2.4.4 TURISMO CREATIVO.....                                       | 16 |
| 2.4.5 RED DE CIUDADES CREATIVAS .....                             | 16 |
| 2.5 BARRIO CREATIVO .....                                         | 17 |
| 2.5.1 DEFINICIÓN Y CONSTITUCIÓN DE UN BARRIO.....                 | 17 |
| 2.5.2 DIFERENCIA ENTRE UN BARRIO Y UNA CIUDADELA .....            | 19 |
| 2.5.3 DEFINICIÓN DE CREATIVIDAD.....                              | 19 |
| 2.5.4 CONCEPTO DE BARRIO CREATIVO .....                           | 20 |
| 2.5.5 ACTIVIDADES DE LOS BARRIOS CREATIVOS .....                  | 21 |
| 2.5.6 IMPORTANCIA DE LOS BARRIOS CREATIVOS EN LA SOCIEDAD .....   | 22 |
| 2.5.7 CASOS DE ESTUDIO DE BARRIOS CREATIVOS A NIVEL MUNDIAL ..... | 22 |
| 2.5.7.1 BARRIO LA RONDA (QUITO – ECUADOR) .....                   | 23 |
| 2.5.7.2 BARRIO LA BOCA (BUENOS AIRES – ARGENTINA) .....           | 25 |

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.5.7.3 SOHO, BARRIO DE LAS ARTES (MÁLAGA– ESPAÑA) .....                    | 26 |
| 2.5.8 ACTIVIDADES DE LOS CASOS DE ESTUDIO .....                             | 29 |
| 2.6 EL BARRIO LAS PEÑAS COMO PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN.....          | 30 |
| 2.6.1 ORIGEN DEL BARRIO LAS PEÑAS. ....                                     | 30 |
| 2.6.2 ILUSTRES HABITANTES .....                                             | 31 |
| 2.6.3 BARRIO LAS PEÑAS BAJO LA MIRADA PATRIMONIAL. ....                     | 31 |
| 2.6.4 BARRIO LAS PEÑAS COMO ATRACTIVO TURÍSTICO. ....                       | 32 |
| 2.6.5 BARRIO LAS PEÑAS COMO BARRIO CREATIVO.....                            | 33 |
| 3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....                                            | 35 |
| 3.1 INFORMACIÓN REQUERIDA .....                                             | 35 |
| 3.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....                                    | 36 |
| 3.3 HOJA DE RUTA DE INVESTIGACIÓN .....                                     | 36 |
| 3.4 PAUTA ETNOGRÁFICA PARA EL DESARROLLO DEL MOODBOARD .....                | 37 |
| 3.5 MOODBOARD .....                                                         | 38 |
| 3.6 CORRESPONDENCIA DE PREGUNTAS Y OBJETIVOS .....                          | 39 |
| 3.6.1 CORRESPONDENCIA DE PREGUNTAS DE ENCUESTA Y PREGUNTAS DIRECTRICES..... | 40 |
| 3.6.2 CORRESPONDENCIA DE PREGUNTAS DE ENCUESTA Y OBJETIVOS.....             | 41 |
| 3.6.3 CORRESPONDENCIA DE PREGUNTAS DE ENCUESTA E INFORMACIÓN REQUERIDA..... | 42 |
| 3.7 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA .....                                          | 43 |
| 3.7.1 TIPO DE MUESTREO .....                                                | 43 |
| 3.7.2 PROCEDIMIENTO DE PREGUNTAS FALTANTES .....                            | 44 |
| 3.8 DISEÑO DEL CUESTIONARIO .....                                           | 45 |
| 3.8.1 ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO DEFINITIVO.....                          | 45 |
| 3.8.2 ESTRATEGIA PARA ANÁLISIS DE DATOS .....                               | 48 |
| 3.8.3 LIBRO DE CÓDIGOS .....                                                | 48 |
| 3.8.4 ANÁLISIS DE PREGUNTAS .....                                           | 49 |
| 4. ANÁLISIS DEL ENTORNO .....                                               | 61 |
| 4.1 DESIGN THINKING .....                                                   | 61 |
| 4.2 SATURAR DE INFORMACIÓN Y AGRUPAR .....                                  | 62 |
| 4.2 ANÁLISIS FODA.....                                                      | 63 |
| 4.3 STAKEHOLDERS.....                                                       | 64 |
| 4.4 DISEÑO DE LA PROPUESTA.....                                             | 65 |
| 4.4.1 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA .....                                       | 65 |
| 4.4.2 ANTECEDENTES.....                                                     | 65 |
| 4.4.3 CONCEPTO DE LA PROPUESTA .....                                        | 66 |
| 4.4.4 ÁREA DE SEGURIDAD Y REDUCTIBILIDAD .....                              | 67 |
| 4.4.5 MODULACIÓN.....                                                       | 68 |
| 4.4.6 TIPOGRAFÍA .....                                                      | 68 |
| 4.4.7 VARIACIÓN DE COLORES PERMITIDOS.....                                  | 69 |
| 4.4.8 RESTRICCIONES DE FORMA .....                                          | 70 |
| 4.4.9 RESTRICCIONES DE COLOR.....                                           | 71 |

|        |                                         |    |
|--------|-----------------------------------------|----|
| 4.4.10 | APLICACIONES .....                      | 71 |
| 5.     | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....    | 78 |
| 6.     | ANEXOS .....                            | 80 |
| 6.1    | PRUEBA PILOTO.....                      | 80 |
| 6.2    | CONCLUSIONES DE PRUEBA PILOTO 1 .....   | 82 |
| 6.3    | BOCETOS DE MARCA BARRIO LAS PEÑAS ..... | 83 |
| 7.     | BIBLIOGRAFÍA .....                      | 85 |

## ÍNDICE DE IMÁGENES

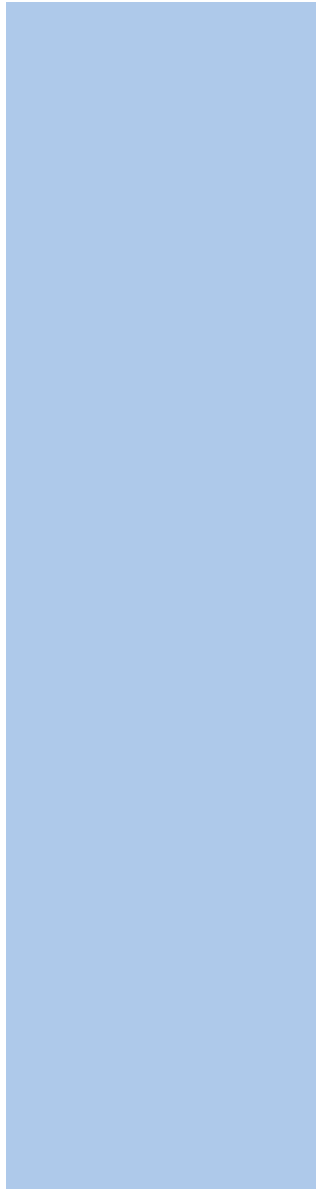
|                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Imagen 1-2: Vista desde el Cerro Santa Ana. Recuperado de: Wikipedia.....                                         | 10 |
| Imagen 2-2: Murales adornados con pinturas en el centro de Guayaquil. Recuperado de: Wikipedia.....               | 11 |
| Imagen 3-2: Logo de Sesame Workshop. Recuperado de: Muppet Wiki .....                                             | 14 |
| Imagen 4-2: Ciclo Cultural. Recuperado de: UNESCO.....                                                            | 15 |
| Imagen 5-2: Barrio la Candelaria (Bogotá – Colombia). Recuperado de: Trafficnews.ec.....                          | 17 |
| Imagen 6-2: Tianguis Barrio Antiguo de Monterrey México. Recuperado de Wikipedia. ....                            | 18 |
| Imagen 7-2: Barrio El Golf, Santiago Moderno – Chile. Recuperado de Blog Santiago Joven .....                     | 18 |
| Imagen 8-2: Barrio Barranco Lima – Perú. Recuperado de: ENVIAJES.CL .....                                         | 21 |
| Imagen 9-2: Barrio La Ronda. Quito – Ecuador. Recuperado de: Rutas365.com .....                                   | 23 |
| Imagen 10-2: Barrio La Boca, Buenos Aires – Argentina. Recuperado de: Disfrutabuenosaires.com.....                | 25 |
| Imagen 11-2: Soho Barrio de las Artes. Málaga – España. Recuperado de: cacmalaga.eu .....                         | 27 |
| Imagen 12-2: Murales en inmuebles de Soho Barrio de las Artes. Málaga España. Recuperado de: mausmalaga.com ..... | 28 |
| Imagen 13-2: Calle Numa Pompilio Llona – Barrio Las Peñas Guayaquil. Recuperado de: Wikipedia..                   | 30 |
| Imagen 14-3: Desarrollo del Moodboard del Barrio Las Peñas .....                                                  | 39 |
| Imagen 15-3: Design Thinking. Recuperado de: modelosenegociosmart.com .....                                       | 61 |
| Imagen 16-3: Herramienta saturar .....                                                                            | 62 |
| Imagen 17-3: Herramienta agrupar .....                                                                            | 62 |
| Imagen 18-4: Concepto de la propuesta.....                                                                        | 66 |
| Imagen 19-4: Construcción de la marca Barrio Las Peñas .....                                                      | 67 |
| Imagen 20-4: Área de protección de la marca .....                                                                 | 67 |
| Imagen 21-4: Tamaño mínimo de la marca .....                                                                      | 67 |
| Imagen 22-4: Modulación de la marca .....                                                                         | 68 |
| Imagen 23-4: Tipografía Grendel Bold.....                                                                         | 68 |
| Imagen 24-4: Tipografía secundaria Calibri .....                                                                  | 68 |
| Imagen 25-4: Isologo en su versión principal .....                                                                | 69 |
| Imagen 26-4: Variación de colores para medios digitales .....                                                     | 69 |
| Imagen 27-4: Variaciones de tonalidades .....                                                                     | 70 |
| Imagen 28-4: Restricciones de forma .....                                                                         | 70 |
| Imagen 29-4: Restricción de color .....                                                                           | 71 |
| Imagen 30-4: Aplicación del isotipo en camisetas para los guías turísticos .....                                  | 71 |
| Imagen 31-4: Red Social Facebook .....                                                                            | 72 |
| Imagen 32-4: Red Social Instagram.....                                                                            | 72 |
| Imagen 33-4: Red social Twitter.....                                                                              | 73 |
| Imagen 34-4: Página principal. Sitio Web Barrio Las Peñas .....                                                   | 74 |
| Imagen 35-4: Página El Barrio. Sitio Web Barrio Las Peñas .....                                                   | 75 |
| Imagen 36-4: Página ¿Cómo entretenerme?. Sitio Web Barrio Las Peñas .....                                         | 76 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1-2: Cuadro comparativo de los casos de estudio .....                             | 29 |
| Tabla 2-3: Hoja de Ruta de investigación .....                                          | 36 |
| Tabla 3-3: Pauta etnográfica para el desarrollo del Moodboard .....                     | 37 |
| Tabla 4-3: Correspondencia de preguntas de encuesta con preguntas directrices.....      | 40 |
| Tabla 5-3: Correspondencia de preguntas de encuesta con objetivos del proyecto .....    | 41 |
| Tabla 6-3: Correspondencia de preguntas de la encuesta y la información requerida ..... | 42 |
| Tabla 7-3: Nivel de confianza para determinación del tamaño de la muestra.....          | 43 |
| Tabla 8-3: Libro de Códigos de cuestionario.....                                        | 48 |
| Tabla 9-3: Distribución de encuestados .....                                            | 50 |
| Tabla 10-3: Distribución de encuestados por edad .....                                  | 51 |
| Tabla 11-3: Pregunta 1.....                                                             | 52 |
| Tabla 12-3: Pregunta 2.....                                                             | 53 |
| Tabla 13-3: Pregunta 4.....                                                             | 54 |
| Tabla 14-3: Pregunta 4.....                                                             | 55 |
| Tabla 15-3: Pregunta 5.....                                                             | 56 |
| Tabla 16-3: Pregunta 6.....                                                             | 57 |
| Tabla 17-3: Pregunta 7.....                                                             | 58 |
| Tabla 18-3: Pregunta 8.....                                                             | 59 |
| Tabla 19-3: Análisis FODA.....                                                          | 63 |
| Tabla 20-4: Matriz de Stakeholders .....                                                | 64 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1-3: Distribución de encuestados .....          | 50 |
| Gráfico 2-3: Distribución de encuestados por edad ..... | 51 |
| Gráfico 3-3: Pregunta 1.....                            | 52 |
| Gráfico 4-3: Pregunta 2.....                            | 53 |
| Gráfico 5-3: Pregunta 3.....                            | 54 |
| Gráfico 6-3: Pregunta 4.....                            | 55 |
| Gráfico 7-3: Pregunta 5.....                            | 56 |
| Gráfico 8-3: Pregunta 6.....                            | 57 |
| Gráfico 9-3: Pregunta 7.....                            | 58 |
| Gráfico 10-3: Pregunta 8.....                           | 59 |



## **CAPÍTULO 1**

### **GENERALIDADES**

## **1. GENERALIDADES**

### **1.1 INTRODUCCIÓN**

Las Peñas, barrio al que se le adjudicó esa denominación por sus grandes peñascos, tuvo su origen en el siglo XVI y fue uno de los principales protagonistas del nacimiento de la ciudad de Guayaquil. Luego del gran Incendio de 1896, se convirtió en una zona residencial aristocrática que recibió por nombre “El Barrio Las Peñas.”

En la actualidad, Barrio Las Peñas es reconocido porque su infraestructura relata la breve historia de la urbe porteña y ha llegado a considerarse como un Patrimonio Cultural de la Nación. Este lugar cobra vida en las fiestas de Fundación e Independencia de Guayaquil, en el cual se da paso a museos y a exposiciones artísticas de una gran variedad de pintores nacionales e internacionales.

A pesar de que existe un cierto grado de interés por parte de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil en incentivar y resaltar el turismo hacia este sector, no se ha desarrollado un concepto que busque el posicionamiento del Barrio Las Peñas como un barrio creativo.

Con nuestra propuesta de diseño queremos formular una estrategia que dé a conocer al Barrio Las Peñas como un Barrio Creativo de la ciudad de Guayaquil a fin de destacar su valor histórico y su atractivo turístico.

### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la última década, las autoridades municipales y gubernamentales han tomado medidas de regeneración urbana en Guayaquil y han impulsado el atractivo de diversas zonas que, debido a su recurrencia y a su importancia, se han convertido en un eje fundamental en la urbe porteña.

Barrio Las Peñas ha sido uno de los principales protagonistas en el cambio; este barrio emblemático cuenta con diferentes características históricas y culturales por lo que se ha consagrado como Patrimonio Cultural de la Nación. El problema surge debido a la falta de información que se transmite entre la comunidad sobre los aspectos culturales y

patrimoniales de este barrio, donde el rol del diseño sólo toma cierto grado de relevancia al organizarse eventos y galerías de arte, las mismas que son expuestas en la extensión de la calle Numa Pompilio Llona en las fechas cívicas como Independencia y Fundación de la ciudad.

Guayaquil puede estar a la vanguardia de varias ciudades a nivel mundial al destacar a uno de sus barrios de mayor remembranza, ya que por sus características, podría ser considerado como el barrio creativo de la ciudad; sin embargo, para este propósito no se ha tomado en cuenta la carencia de estrategias y recurso gráfico para su debido posicionamiento bajo este nuevo concepto en la mente de los ciudadanos.

Al ser reconocido como barrio creativo, el Barrio Las Peñas tendría más recurrencia y generaría mejores impulsos que favorezcan a su desarrollo y al de sus habitantes; además, se transmitiría el legado de conocimientos y tradiciones de este punto particular de la ciudad.

### **1.3 DELIMITACIONES**

Nuestro proyecto se llevará a cabo en el centro de la ciudad de Guayaquil, en el barrio Las Peñas que está ubicado en las faldas del cerro Santa Ana y frente al Río Guayas.

Contamos con un período menor a cuatro meses, lo que conlleva a la distribución de nuestro tiempo para recolectar la información pertinente al caso. Nuestro recurso humano se limita a dos personas que llevaremos toda la responsabilidad de la investigación para el cumplimiento de este proyecto. Finalmente, dependemos de nuestro presupuesto personal, por lo que no debemos exceder en gastos más allá de lo necesario.

### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

Fundación Municipal Guayaquil Siglo XXI es una entidad creada por La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, y es quien se encarga de ejecutar los proyectos de regeneración urbana por sectores; una de las zonas que se ha beneficiado de estos cambios ha sido el Barrio Las Peñas, es uno de los sitios más turísticos de la urbe y desde

hace aproximadamente 32 años ha sido reconocido como Patrimonio Cultural de la Nación.

Año tras año, el Barrio Las Peñas muestra un sinnúmero de actividades y presentaciones artísticas en honor a la fecha de conmemoración de Fundación e Independencia de la ciudad, lo que trae consigo una mayor afluencia por parte de los turistas nacionales y extranjeros; sin embargo, no se ha presentado una propuesta para incentivar el conocimiento sobre el verdadero valor histórico que hay detrás de esta imponente reliquia.

Debido al nivel de relevancia que mantiene este barrio para el sector turístico de la ciudad y el país, es necesario transformar la imagen actual a una nueva, mediante la conceptualización de un barrio creativo para Guayaquil. En definitiva, un barrio creativo desempeña un rol en la identificación de los ciudadanos; y nos hemos basado en esta realidad para elaborar nuestra propuesta de diseño, la misma que conlleva a los siguientes beneficios:

- Promover nuevas instancias dentro del barrio Las Peñas, que lo posicionen como barrio creativo.
- Distinción de los demás barrios de la ciudad y de los ya considerados barrios creativos a nivel internacional, destacados por su valor propio y originalidad.
- Identificación por parte de los guayaquileños con el Barrio Las Peñas como un ícono referencial de la historia y la cultura para la ciudad.
- Ser un punto referencial, que impulse el desarrollo turístico en Guayaquil.
- Ser la base experimental de una nueva estrategia en la formación de conceptos turísticos que fomente la sustentabilidad de otros ambientes de Guayaquil.

## **1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.5.1 PREGUNTA GENERAL**

¿Podría posicionarse el Barrio Las Peñas como un Barrio Creativo en Guayaquil?

### **1.5.2 PREGUNTAS ESPECÍFICAS**

- ¿Los Guayaquileños reconocen la importancia histórica del Barrio Las Peñas?
- ¿Cuál es el perfil de los visitantes del Barrio Las Peñas?
- ¿Qué actividades deben realizarse en un barrio para ser considerado Creativo?
- ¿Qué estrategias del diseño serían fundamentales para poder posicionar el Barrio Las Peñas como un Barrio Creativo?

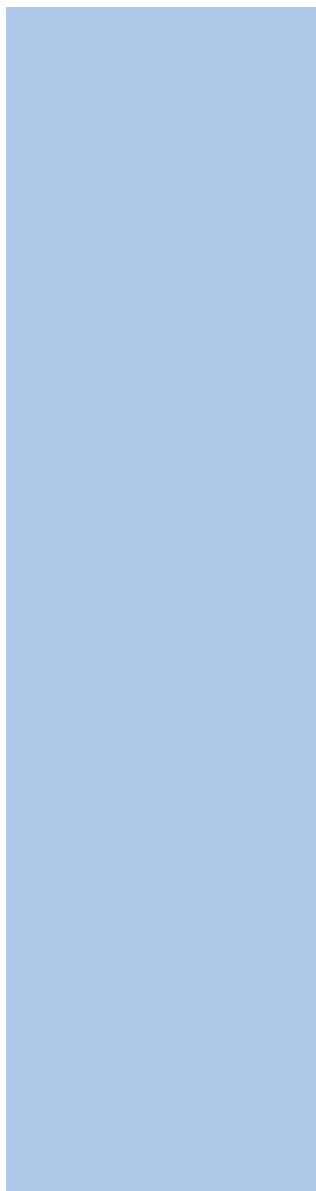
## **1.6 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.6.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar una propuesta de diseño que posicione al Barrio Las Peñas como un Barrio Creativo de la ciudad de Guayaquil.

### **1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar los datos históricos del Barrio Las Peñas.
- Recolectar información específica sobre el perfil de las personas que visitan el Barrio.
- Distinguir las actividades que se realizan en un barrio creativo y el porqué de su importancia.
- Identificar las estrategias de diseño que aportarían al posicionamiento del Barrio Las Peñas como un Barrio Creativo de Guayaquil.



## **CAPÍTULO 2**

### **MARCO REFERENCIAL**

## **2. MARCO REFERECIAL**

### **2.1 ANTECEDENTES**

En las últimas décadas, los países, las regiones y ciudades han manifestado un gran interés en el ámbito del desarrollo turístico, artístico y cultural, esto conlleva a una fuerte competencia por proyectar una buena imagen al mundo, resaltando sus cualidades y así promocionarse para generar ingresos sustentables.

La industria creativa ha sido partícipe en el fin de rescatar, preservar y aportar con nuevos métodos para impulsar las costumbres y tradiciones autóctonas de una región, fomentando nuevas actividades para que los turistas y nativos puedan vivir nuevas experiencias.

Pero no sólo se ha buscado destacar grandes áreas, también se ha inclinado en resaltar puntos específicos como son los barrios, utilizando como una estrategia la conceptualización a un barrio creativo, dado a que estos espacios pueden poseer un gran potencial de atractivo en cuanto a lo comercial, artístico y arquitectónico.

Este nuevo concepto ya se ha proyectado en diferentes barrios alrededor del mundo, obteniendo respuestas positivas. Adolfo Correa (2012), de la Universidad de Chile, a través de su tesis: “Valor patrimonial, comunidad y el rol del diseño en la construcción del imaginario colectivo del barrio histórico Lastarria - Bellas Artes”, realizó un seguimiento a fin de conocer y comprender los factores que inciden en el desarrollo del barrio Lastarria – Bellas Artes como circuito cultural de industrias creativas y cómo es que la identidad, patrimonio y diseño pueden agregar valor al desarrollo del barrio.

En este sentido, Correa considera que el Barrio Lastarria – Bellas Artes no ofrece información sobre los componentes que lo caracterizan, por lo que no se puede comprender el rol que ejerce el diseño sobre su patrimonio en su afán de construir el imaginario colectivo.

El estudio contempla la investigación cualitativa y exploratoria; para recolectar y analizar los datos se llevó a cabo un conjunto de métodos y técnicas como la recopilación de fuentes secundarias, las entrevistas y la observación en un grupo determinado de habitantes del Barrio Lastarria – Bellas Artes.

Para culminar, el estudio dio como resultado que la aplicación del diseño en el Barrio Lastarria – Bellas Artes conlleva a aspectos positivos y negativos. Entre los aspectos positivos podemos mencionar que el rol del diseño a través de la conceptualización, busca mejorar la comunicación aplicada al turismo, potencializa el desarrollo y fortalecimiento de la comunidad e incrementa el nivel de emprendimiento. Por otro lado, entre los aspectos negativos tenemos: al convertirse en sector turístico se vuelve un lugar caro para vivir, incrementa el número de empresas y puede terminar volviéndose en un mercado capitalista.

## **2.2 LA CIUDAD DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

### **2.2.1 REFERENCIAS HISTÓRICAS Y POLÍTICAS**

La ciudad de Guayaquil hoy en día es una de las más importantes en el Ecuador, es considerada como la Perla del Pacífico, tiene una historia cuyos inicios trascienden cuando se establecieron las primeras civilizaciones aborígenes. Desde aquel entonces, la ciudad ha tenido muchos cambios en cuanto a lo político y división territorial. Podemos aclarar que la historia de Guayaquil se divide en 4 etapas muy importantes: La Precolombina, Colonial, Independentista y Republicana.

La etapa Precolombina fue considerablemente importante, era habitada por las primeras culturas, las cuales se encargaron de dejar huellas étnicas muy características del pasado, entre aquellas civilizaciones tenemos: Valdivia, Chorrera, Jama, Bahía, Milagro-Quevedo y Manteño-Huancavilca que fue la que se caracterizó por dominar la comarca, hasta un poco después de la llegada de Colón a América.

Los españoles habían invadido en tierras de América del Sur, y en busca de expandirse, encontraron en Guayaquil un sitio muy rico en comercio, fue ahí en donde empezó el proceso de Colonización debido a que ellos querían establecer una ciudad que pueda servirles como puerto principal de comercio. Para llegar a establecer el nombre de Guayaquil, tuvo que pasar por varias reubicaciones, por motivos de constantes enfrentamientos que tuvieron con diferentes tribus que eran nativas del lugar.

Así fue como se llegó a instalar el primer cabildo, el 25 de Julio de 1547 día en el que se logró reasentar la población a orillas del Río Daule y Amay (Babahoyo), al pie de

una loma conocida como el cerrito verde, hoy en día el popular Cerro Santa Ana. Llegó a ser muy importante debido a que se convirtió en el astillero más importante de toda América del Sur, gracias a su crecimiento comercial y demográfico, aunque posteriormente tuvo que pasar por muchos intentos de asaltos piratas, pestes y enfermedades, y también grandes incendios que se tomaron muchas vidas.

Guayaquil formó parte de la Real Audiencia de Quito durante casi tres siglos de ser dominados por el yugo español; luego de haber pasado ya todo este tiempo llegó el momento en el que se fueron uniendo pueblos a favor de terminar con este dominio, y en la fecha del 9 de Octubre de 1820, se produjo un fuerte levantamiento de armas encabezado por José Joaquín de Olmedo, para lograr así declararse como la Provincia Libre de Guayaquil. Pasado este gran acontecimiento se formó un ejército libertador, con el fin de independizar por completo la Real Audiencia de Quito.

Luego de la Batalla del Pichicha en 1822, Simón Bolívar propuso anexar la ciudad a la Gran Colombia, en la cual formó parte como uno de sus departamentos hasta su separación de ella.

La ciudad porteña empezó su etapa republicana en el año de 1830, una vez que Ecuador llegó a formarse como República, empezó a tener altibajos en lo político debido a que primero fue sumergida bajo una mala administración durante 15 años por parte del presidente Juan José Flores, este mandato que terminó con la Revolución Marcista. Años más tarde se daría el comienzo del Garcianismo y con él empezó una etapa más conservadora, pero fue en 1895 cuando en la ciudad se reactivó el comercio tras la Revolución liberal que fue la hizo proclamar como presidente a Eloy Alfaro.

En el año de 1896, Guayaquil fue víctima del Gran Incendio, pero la ciudad pudo salir de esa gran decaída gracias a las influencias que tenía sobre la clase acaudalada de empresarios y banqueros que se surgieron en gobiernos liberales sucesores, por ello, la ciudad tuvo un gran crecimiento a nivel económico y demográfico durante el siglo XX. Sin embargo aún estaban por venir otros lamentables sucesos como la fuerte depresión de 1920, la huelga general de 1922 y los estragos de una fuerte batalla de Jambelí; la inestabilidad política duró hasta inicios del siglo XXI, y en la actualidad es una ciudad donde el comercio, el turismo y la agricultura es su mayor fuente de ingreso, pero aún se

mantiene en constantes disputas entre la derecha mayoritaria y la extrema izquierdista por parte del gobierno.



Imagen 1-2: Vista desde el Cerro Santa Ana. Recuperado de: Wikipedia

### **2.2.2 TRADICIÓN Y CULTURA GUAYAQUILEÑA**

Sobre la actual ciudad de Guayaquil, siglos atrás habitó una de las culturas más antiguas de toda América, la cultura Valdivia muy conocida por toda su historia y por todo lo que ha aportado para las generaciones futuras, así mismo hubieron muchas más culturas que formaron parte de ese gran historial que posee la ciudad de Guayaquil.

Podemos darnos cuenta que ahora todo es completamente distinto a como era muchos años atrás, hoy en día vemos un Guayaquil que goza de una diversidad cultural, y es visualizado por muchas personas como una de las ciudades más representativas del país.

“Guayaquil es cuna de la intelectualidad más progresista que se ha dado en la historia ecuatoriana. Es una ciudad que vive, trabaja, sufre y sueña”. (Calderón, 2002: párr. 1).

Los ciudadanos han ido adaptándose a los cambios que ha tenido la ciudad, y han logrado dejar esa barrera de aferrarse al estilo de vida de años atrás, pero no se lo ha abandonado completamente, porque aún el cabildo Guayaquileño conserva sus costumbres y esa manera de ser única que lo caracteriza, personas amables y trabajadoras, buscan siempre la manera de sobresalir y destacar. Gozamos de una sólida base de antecesores que han puesto en alto el nombre de Guayaquil, y han sido participes a que esta ciudad no solo crezca en comercio y demográficamente, sino también en arte, tradición y cultura.



Imagen 2-2: Murales adornados con pinturas en el centro de Guayaquil. Recuperado de: Wikipedia

Notables personajes que en su tiempo hicieron enaltecer el nombre de Guayaquil, como conocemos al “Rui señor de América” Julio Jaramillo, también la reconocida cantautora Hilda Murillo y otros grandes exponentes del Pasillo, también famosos escritores que han sabido representar mediante sus escritos el habla popular y tradicional de los ciudadanos guayaquileños, varias orquestas y bandas musicales que llenaban y llenan hoy en día de alegría y júbilo a una ciudad que celebra sus fiestas de una manera única.

El acento costeño es muy diferente al de las personas de la región Sierra y por ese motivo nos diferenciamos de las otras provincias de la Serranía del país, pero compartimos características con algunas provincias de la región litoral, en nuestro acento popular transmitimos esa alegría y calidez que solo pueden transmitir las personas guayaquileñas.

A medida que se desarrolla el progreso de la ciudad, se da apertura a nuevas tendencias y en los últimos años ha logrado convertirse en un eje principal en donde la música, teatro, danza, cine y el arte visual son principales protagonistas de un desarrollo cultural que ha tenido una gran aceptación y se encuentra notoriamente por todo Guayaquil, forjando una nueva generación de habitantes expuestos a nuevos cambios que poco a poco van a ir generando un aumento de atención e inclinación por lo cultural.

Gracias a la regeneración urbana que ha hecho la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, se ha logrado conservar importantes museos, bibliotecas, galerías, talleres de Arte, y lugares emblemáticos muy representativos en la ciudad tales como: el Cerro Santa Ana, el Malecón 2000, La 9 de Octubre, El barrio Las Peñas y otros lugares que además de ser grandes zonas turísticas, se han consagrado como íconos urbanísticos que poseen aún la esencia y valor histórico de una antigua cultura guayaquileña y algunos de ellos, han sido nombrados como Patrimonio Cultural de la Nación.

Las tradiciones son temas trascendentales, dado a que año tras año se mantienen esas costumbres de celebrar una diversidad de fechas importantes y cívicas, en las cuales la Perla del Pacífico se enciende y da a conocer esa cara festiva que hace ver a Guayaquil tal y como es, una ciudad alegre tanto de día como en la noche.

Una ciudad cosmopolita, sumamente activa y dinámica que goza de su gente, de sus edificaciones, de su rica y diversa gastronomía, de su diversidad cultural que siempre va a marcar la diferencia en el Ecuador.

## **2.3 PATRIMONIO CULTURAL**

### **2.3.1 DEFINICIÓN DE PATRIMONIOS CULTURALES POR LA UNESCO**

Siendo la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) <sup>1</sup> el organismo responsable de salvaguardar los patrimonios culturales y naturales mediante su gestión en convenciones sobre la protección de los bienes en caso de riesgo, además de fomentar la repatriación y difusión de información sobre leyes para la defensa de los mismos, ha tomado medidas declaratorias que busquen cumplir con sus objetivos.

Es por esto que en la 17ª convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural, la UNESCO agrupó todos estos factores en el Artículo 1, aprobando y considerando como “patrimonio cultural” a:

**Monumentos:** obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.

**Conjuntos:** grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.

**Sitios:** obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.<sup>2</sup>

## **2.4 UNESCO Y LAS CIUDADES CREATIVAS**

### **2.4.1 ALIANZA GLOBAL PARA LA DIVERSIDAD CULTURAL**

La Alianza Global para la Diversidad Cultural fue creada en base a la Declaración de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural en el 2001, en el que se consideró que era

---

<sup>1</sup> Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. Recuperado de: <http://whc.unesco.org/>

<sup>2</sup> Artículo N° 1. Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, París, Francia, 16 de noviembre de 1972

necesario impulsar esta iniciativa a fin de crear una red de cooperación entre los sectores privados, públicos y la sociedad civil que identifiquen las falencias que tiene una comunidad y puedan crear sus propias estrategias de desarrollo y, a la vez apoyen el incremento de industrias culturales y creativas locales para obtener un beneficio común.



Imagen 3-2: Logo de Sesame Workshop. Recuperado de: Muppet Wiki

Un caso de estudio respecto a las Alianzas Globales es el vínculo entre Sesame Workshop y la Universidad Al Quds con el fin de crear nuevas aplicaciones multimedia en las localidades de Shara'a Simsim, Cisjordania y Gaza, para niños y familias palestinas que han sufrido situaciones de violencia y se han desenvuelto en un ambiente negativo de conflictos, buscando así su alfabetización, culturización y la puesta en práctica de valores que beneficiarán a la sociedad a futuro.

#### **2.4.2 CICLO CULTURAL**

Es el proceso de intercambio de expresiones culturales, sean habilidades o recursos, entre los diversos sectores privados, públicos y la sociedad, que conlleva a su valorización y comprensión. El ciclo consta de cinco fases, que bien pueden tener un nivel de relevancia, fusionarse o ausentarse:

- **Creación:** Se refiere al origen de la materia prima de las industrias culturales.
- **Producción:** Agrupación de elementos para la materialización de las expresiones culturales.
- **Difusión:** Transmitir y comunicar al target el material producido.

- **Promoción o exposición:** Consiste en publicitar el elemento cultural a fin de tener una mayor audiencia de consumo o adquisición.
- **Consumo o participación:** Acercamiento por parte del público al material cultural.

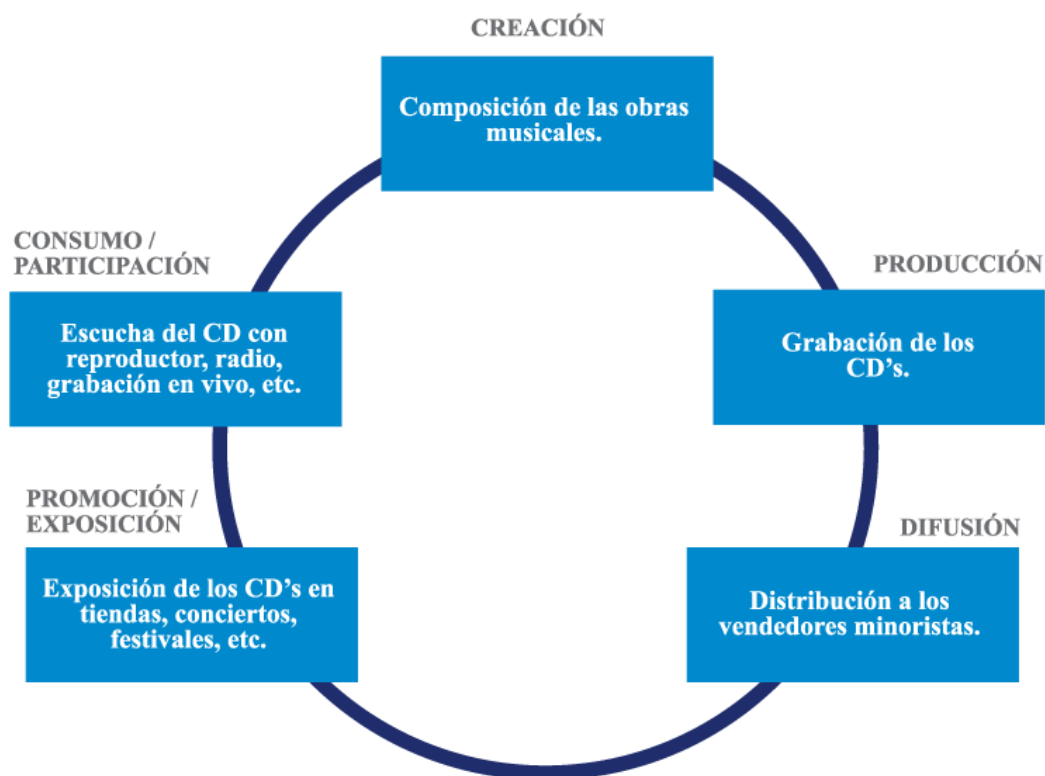


Imagen 4-2: Ciclo Cultural. Recuperado de: UNESCO

### 2.4.3 INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Las industrias creativas y culturales son elementos que incentivan el desarrollo y la superación económica por medio del emprendimiento, generación de oportunidades de empleo y reconocimiento de la identidad cultural de un país. El sector creativo está tomando fuerza, ya que se empiezan a fortalecer los beneficios y el potencial que aporta a una nación.

La industria cultural es la que reúne la creación, producción y comercialización de contenidos creativos intangibles y culturales. La industria creativa incluye a las industrias culturales y la producción artística o cultural.

## **2.4.4 TURISMO CREATIVO**

El turismo creativo es una actividad que implementada en varios países; se da bajo el trabajo en colaboración por parte de la red de empresas públicas, privadas y la sociedad a fin de que los turistas y visitantes sean capaces mantener una conexión con el lugar y puedan vivir experiencias que sean parte de la cultura que se desea impulsar a fin de recrear una conexión con el lugar.

## **2.4.5 RED DE CIUDADES CREATIVAS**

El turismo es considerado como una de las mayores fuentes de ingresos para un país. La Alianza Global para el Desarrollo Cultural impulsa el proyecto de las Redes de Ciudades Creativas, con el fin de incentivar a las colectividades a trabajar en conjunto para desarrollar las actividades basadas en el turismo creativo e intercambiar experiencias y conocimiento.

La UNESCO menciona siete ámbitos para que una ciudad pueda destacar como ciudad creativa: literatura, cine, música, artesanía y arte popular, diseño, arte digital y gastronomía.

Las siguientes ciudades forman parte de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO:

- Bilbao (España) - Diseño
- Busan (República de Corea) - Cine
- Curitiba (Brasil) - Diseño
- Dakar (Senegal) – Arte Digital
- Dundee (Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte) - Diseño
- Dunedin (Nueva Zelanda) - Literatura
- Florianopolis (Brasil) - Gastronomía
- Galway (Irlanda) - Cine
- Granada (España) - Literatura
- Gwangju (Corea del Sur) – Arte Digital
- Hamamatsu (Japón) - Música
- Hanover (Alemania) - Música
- Heidelberg (Alemania) - Literatura
- Helsinki (Finlandia) - Diseño
- Jacmel (Haití) - Artesanía y Artes Populares

- Jingdezhen (China) - Artesanía y Artes Populares
- Linz (Austria) – Arte Digital
- Mannheim (Alemania) - Música
- Nassau (Bahamas) - Artesanía y Artes Populares
- Pekalongan (Indonesia) - Artesanía y Artes Populares
- Praga (República Checa) - Literatura
- Shunde (China) - Gastronomía
- Sofía (Bulgaria) - Cine
- Suzhou (China) - Artesanía y Artes Populares
- Tel Aviv (Israel) – Arte digital
- Tsuruoka (Japón) - Gastronomía
- Turín (Italia) - Diseño
- York (Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte) – Arte digital

## **2.5 BARRIO CREATIVO**

### **2.5.1 DEFINICIÓN Y CONSTITUCIÓN DE UN BARRIO.**



Imagen 5-2: Barrio la Candelaria (Bogotá – Colombia). Recuperado de: Trafficnews.ec

Se conoce como barrio a cada una de las partes en la que se encuentra dividida una ciudad, están constituidos o conformados por un conjunto de casas, calles, plazas o edificios que suelen agruparse en bloques, cada uno de ellos tiene una delimitación demográfica que varía dependiendo de su ubicación en el distrito o ciudad, algunos poseen todos los servicios básicos otros no y dependen de la ayuda que les brinda el estado para su desarrollo como tal, han llegado a ser reconocidos e identificados por

poseer características diferentes entre ellos, lo cual hace que cada barrio construya su propia identidad.



Imagen 6-2: Tianguis Barrio Antiguo de Monterrey México. Recuperado de Wikipedia.

El comercio es uno de los puntos que puede destacarse en los barrios debido a que varían de acuerdo a su ubicación, tanto así que pueden llegar a ser zonas comerciales poco recurridas, o al contrario ser muy recurridas e importantes por formar parte del atractivo turístico de la ciudad. Cada barrio resalta su origen y su nombre debido a su historia, en varios casos son lugares que han sido regenerados para mostrar a los ciudadanos del presente la esencia, tradición y cultura de lo que se vivió en el pasado, estos lugares son

conocidos como barrios antiguos y suelen llegar a formar parte del Patrimonio Cultural de una Nación por su relevante valor histórico.



Imagen 7-2: Barrio El Golf, Santiago Moderno – Chile. Recuperado de Blog Santiago Joven

Los barrios antiguos suelen ser muy interesantes dado a que suelen guardar dentro de sus paredes grandes historias vividas en tiempos de antaño, estos barrios se caracterizan por tener infraestructuras diferentes a las actuales, construcciones de madera, piedra o de arcilla con ornamentaciones y decoraciones antiguas, también por el tamaño de sus calles y en diferentes casos por el diseño de sus plazoletas, sus edificios denotan su antigüedad y también son de poca altura, otros edificios que son de suma importancia por su antigüedad son las catedrales y las iglesias que en mayoría se encuentran protegidos por la ley, los parques suelen ser escasos en los barrios antiguos y si los hay, son de muy reducidos espacios.

Hoy en día no solo las ciudades se han preocupado por arreglar las fachadas antiguas, también se ha buscado modernizar sus barrios para mostrar una mejor cara al mundo, y así fomentar el turismo y comercio en las diferentes zonas, ya que en la actualidad todo

va cambiando poco a poco, sus características varían mucho en cuanto al tamaño y a la infraestructura de sus edificios, el espacio de sus calles son más grandes, el tamaño de sus plazas, encontramos grandes parques y hermosas zonas verdes, y posee populares zonas comerciales que destacan en el entorno actual.

## **2.5.2 DIFERENCIA ENTRE UN BARRIO Y UNA CIUDADELA**

Cabe recalcar que no es lo mismo un barrio que una ciudadela, hay que tener en cuenta esto para no confundirlas debido a que ambos poseen características que los diferencian. La división de los barrios forman una ciudad y dentro de ellos podemos encontrar casas, edificios, calles, plazas, parques y zonas de comercio que suelen caracterizar estos barrios, también pueden ser reconocidos por su antigüedad y por la regeneración que se haya hecho en cada uno de ellos. Aunque a veces hay barrios que no cuentan con todos los servicios básicos o sus calles no se encuentran en buen estado, hay otros que al contrario pueden formar parte de lo más moderno de la ciudad, para esto siempre están a expensas de la ayuda que les brinda el municipio o el estado, por eso podemos entender que existen barrios que conocemos como caros en los cuales habitan personas que poseen un alto nivel socioeconómico y también tenemos barrios pobres donde habitan personas con bajos ingresos.

Una ciudadela está conformada con un conjunto de casas que se encuentran establecidas en un lugar donde gozan de privilegios como seguridad, salud y todos los servicios básicos ya que se encuentran mejor organizados y gestionados por sí mismo sus beneficios. Además, una ciudadela muchas veces no cuenta con grandes infraestructuras como edificios, pero si suelen contar con parques o áreas verdes.

## **2.5.3 DEFINICIÓN DE CREATIVIDAD**

Creatividad es todo aquello que nos induce a tener pensamientos originales los cuales son procesos mentales que nacen de la imaginación, también lo conocemos como pensamiento creativo, porque es la capacidad que tenemos de crear y producir ideas o conceptos nuevos, o también la capacidad de sacar nuevos conceptos de la unión de otros ya antes realizados y obtener una nueva idea más impactante e innovadora.

Debemos tener presente que así como hay muchas personas que logran poseer un gran potencial creativo también hay otras que carecen de él, pero todos en algún momento

llegamos a tener alguna o algunas ideas o pensamientos originales, y ponemos en funcionamiento y a disposición de los demás nuestra creatividad ya que está en el día a día de muchas personas en ciertas ocasiones optar por dar una idea creativa; sin duda alguna la creatividad al igual que muchas capacidades humanas puede llegar a ser mejorada o desarrollada en beneficio de aquellos que quieren tener un alto potencial creativo. En el ámbito profesional las personas que siguen el área creativa siempre mantienen en constante desarrollo de su creatividad, ya que poner en práctica su capacidad de dar ideas innovadoras es su fuerte y deben ser conocedores de nuevas tendencias y conceptos que se van mostrando o llevando a cabo alrededor del mundo en el área creativa.

Llegar a ser creativo tiene sus beneficios, pero en muchos casos suele ser al contrario, una persona creativa es fácil de identificar porque su personalidad muchas veces es muy entusiasta y flexible, posee mucha confianza en sí mismo tiene el valor y la capacidad crítica para defender sus ideas, posee constante curiosidad intelectual muchas veces puede tener alta capacidad de asociación y de relacionarse con otras personas para intercambiar ideas. En otro aspecto contrario suele tornarse negativo cuando las personas creativas creen tener superioridad sobre sus semejantes, esto muchas veces los hace excluirse de relaciones sociales o tener algún tipo de relación de igualdad con otras personas, debido a esto muchas veces no les interesa lo que los demás piensen de ellos porque se sienten libres de prejuicios.

#### **2.5.4 CONCEPTO DE BARRIO CREATIVO**

Barrio creativo es un concepto que se le brinda a los diferentes barrios o zonas urbanísticas que debido a sus características artísticas, arquitectónicas y creativas, han logrado destacar en las diferentes ciudades alrededor del mundo como parte fundamental en el desarrollo, turismo y la economía de las ciudades.

Para considerar a un barrio como una zona creativa debe cumplir ciertos parámetros mediante los cuales puede ser identificado como tal, para esto debe tener un alto valor histórico o poseer un conjunto de actividades artísticas que lo hagan merecerse de aquel nombre de suma importancia.



Imagen 8-2: Barrio Barranco Lima – Perú. Recuperado de: ENVIAJES.CL

### **2.5.5 ACTIVIDADES DE LOS BARRIOS CREATIVOS**

Los barrios son considerados creativos debido a todos los aspectos que lo conforman y a todas las actividades que son realizadas dentro del mismo; primero debemos recalcar algunas características que poseen algunos barrios creativos, entre las cuales tenemos su diversidad y variedad de infraestructura en cuanto a su calidad arquitectónica, muchos de ellos guardan un importantísimo valor histórico que lo caracteriza y lo diferencia de los demás.

Dentro de las actividades que se realizan en estos barrios podemos encontrar las comerciales, y artísticas. Todas estas con un mismo fin de fomentar el turismo y el desarrollo de la ciudad, en estas zonas creativas podemos llegar a experimentar un ambiente lleno de sorpresas que a la vez nos hará sentir identificados o atraídos por su ingeniosa idea de juntar muchas cualidades atractivas ante los ojos de los visitantes.

Suelen tener una gastronomía única, sus restaurantes que tienen como único objetivo ofrecer una experiencia de satisfacción en los paladares de sus visitantes. Algunos poseen zonas comerciales que ofrecen variedad de accesorios de venta al público, ropa o de

zapatería de diferentes tendencias y gustos, también existen bares y discotecas para el entretenimiento nocturno, muchos suelen poseer casas de arte, galerías o talleres donde suelen haber exposiciones de obras de los diferentes artistas del lugar, también los barrios creativos suelen ser lugares muy coloridos o con diseños de diferentes estilos, y en muchos de ellos hay departamentos creativos o pequeños talleres donde se encuentran diseñadores gráficos o personas vinculadas al área del diseño.

En algunos barrios las zonas de entretenimiento y cultura son parte principal del atractivo porque suelen realizarse festivales culinarios, de música, de arte o de cine y todas estas actividades que se realizan en los diferentes barrios son originarias de los distintos lugares y por lo tanto son parte fundamental en el atractivo turístico.

### **2.5.6 IMPORTANCIA DE LOS BARRIOS CREATIVOS EN LA SOCIEDAD**

En la Sociedad aplicar la creatividad en zonas urbanísticas hoy en día está siendo parte fundamental de una estrategia para fomentar el desarrollo de muchas actividades culturales y creativas en los diferentes lugares del mundo. Muchas ciudades optan por convertir sus barrios más representativos en entornos creativos y culturales, a su vez llenos de vida en busca de potenciar el atractivo turístico de la ciudad.

La cultura y la empresa creativa son considerados como parte de los aportes más importantes en el sector económico porque hoy en día la industria artística está siendo tomada muy en cuenta en el atractivo turístico de las ciudades, estos espacios o barrios están siendo impulsados cada vez más a destacar entre otros, porque ofrecen muchas actividades que son muy apreciadas y valoradas por la sociedad.

### **2.5.7 CASOS DE ESTUDIO DE BARRIOS CREATIVOS A NIVEL MUNDIAL**

A nivel mundial podemos encontrar muchos barrios que destacan y que son reconocidos por todo lo que le brindan a sus visitantes y a las personas nativas de esos lugares, son conocidos como parte del atractivo turístico y de suma importancia para esas ciudades, entre ellos se llevará a cabo el estudio de tres barrios para tener en claro porque obtienen ese título.

### **2.5.7.1 BARRIO LA RONDA (QUITO – ECUADOR)**

#### **Ubicación.**

Se encuentra en la Calle Morales que está ubicada en la cuadra al Sur de la Plaza de Santo Domingo, bajando por la calle Guayaquil entre el puente de la Paz y el nuevo puente Juan de Dios Morales, en pleno centro histórico.

#### **Cómo llegar.**

Para llegar hasta La Ronda es necesario tomar el sistema integrado del trolebús hasta dar con la parada Cumandá, ya desembarcado rumbo hacia el lado occidental podemos encontrar el barrio.

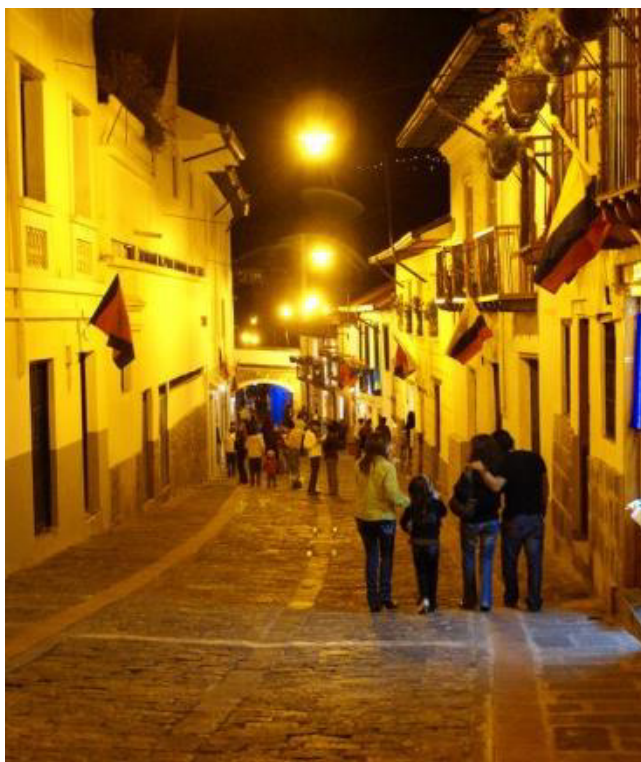


Imagen 9-2: Barrio La Ronda. Quito – Ecuador. Recuperado de: [Rutas365.com](http://Rutas365.com)

#### **Breve historia.**

La Ronda es uno de los más emblemáticos y tradicionales barrios, que se encuentra asociado con la bohemia, el arte y la cultura de Quito, este barrio ganó su valor e importancia desde tiempos antiguos por haber sido cuna de grandes pintores, escultores, escritores y poetas que dentro de estas calles escribieron hermosísimos pasillos y canciones que dejaron marcada su historia.

**Atractivos del Barrio.**

Posee muchos atractivos turísticos y lugares en los cuales se pueden realizar diferentes actividades de acuerdo a su interés, aquí podemos encontrar restaurantes de comida típica ecuatoriana, cafeterías, dulcerías y tiendas de artesanía.

En la noche el barrio se ilumina, cobra vida y abre puertas en sus bares como la Rondalia Quiteña uno de los lugares más interesantes y creativos de la zona, aparte de que se suelen ofrecer música en vivo pueden degustar las distintas bebidas en la cual destaca la famosísima Agua Loca. También se puede visitar la famosísima casa 707 lugar que es sede de numerosas presentaciones de teatro y artísticas de música ecuatoriana, ésta reconocida casa forma parte del Patrimonio Cultural de la ciudad de Quito.

La conocida Casa de las Artes de La Ronda ubicado en las casas 989 y 999, fue construido con el propósito de albergar exposiciones artísticas y tener un espacio dedicado a la recreación de artistas para el mañana, con el motivo de mantener activo el espíritu creativo del barrio.

En la Ronda encontramos un lugar muy visitado por no ser tan común, la Hojalatería Silva, casa en la cual fabrican juguetes y pequeñas esculturas de metal todas hechas artesanalmente unas realizadas completamente a mano o con máquinas antiguas que modelan metal.

Es complicado no sentirse entusiasmado y contento, después de haber visitado este creativo barrio que ofrece a sus turistas gran variedad de actividades y lugares atractivos para vivir una agradable experiencia.

### **2.5.7.2 BARRIO LA BOCA (BUENOS AIRES – ARGENTINA)**

#### **Ubicación.**

Este conocido barrio localizado en Buenos Aires, se encuentra ubicado a la orilla del Riachuelo.

#### **Cómo llegar.**

Para llegar hasta La Boca una de las mejores opciones es coger el bus turístico de la ciudad de Buenos Aires hasta la parada del estadio del Boca Juniors que queda ubicado en el barrio.

#### **Breve Historia.**

Este pintoresco barrio nació como el primer puerto de Buenos Aires situado en el Riachuelo, y fue uno de los lugares que comenzó a recibir gran cantidad de inmigrantes y en su mayoría eran de proveniencia italiana. El colorido de sus casas tiene una interesante historia debido a que los mismos inmigrantes pintaban sus zincs y paredes de sus viviendas con diferentes colores vivos de pinturas que les sobraban en los talleres del puerto, el lugar está lleno de



Imagen 10-2: Barrio La Boca, Buenos Aires – Argentina. Recuperado de: [Disfrutabuenosaires.com](http://Disfrutabuenosaires.com)

viviendas colectivas llamadas también como Conventillos, en las cuales las personas convivían compartiendo un mismo espacio en común dado a que el Barrio La Boca es conocido por ser un lugar lleno de vida pero a la vez uno de los lugares más pobres de Buenos Aires.

**Atractivos del Barrio.**

En el colorido barrio podemos gozar de su increíble presentación creativa y artística del lugar, y dentro de él se encuentra una gran variedad de atracciones que llama la atención de muchos turistas a recorrer por sus pintorescas calles.

Uno de los más importantes pese a su pequeña extensión es la calle Caminito también conocido como el corazón de La Boca y es el más recurrido por los turistas, es el lugar donde muchos artistas exponen y venden sus obras a los visitantes.

También es importante recalcar uno de los principales lugares más visitados y de mayor trascendencia del barrio, el Museo de Bellas Artes de La Boca “Benito Quinquela Martín” este museo funciona en la casa que perteneció al famosísimo pintor que perteneció al vecindario que habitaba el barrio desde sus inicios, este museo cuenta con diferentes salas y una terraza en la cual se exponen las obras del pintor Argentino y de otros artistas.

Otro de los puntos principales del barrio es el famosísimo estadio la Bombonera perteneciente al Club Boca Juniors, es uno de los lugares turísticos más visitados en La Boca, dentro de él se encuentra también un museo dedicado a la historia del club deportivo. Existen otros atractivos turísticos que el Barrio ofrece, entre ellos los diferentes cafés, restaurantes, bares y cantinas donde las parejas se divierten bailando tango, también una galería de exposiciones al aire libre que ofrecen los artistas de sus pinturas y fotografías. El teatro de la Ribera, la Plazoleta de los Bomberos voluntarios, la Pizzería Bancharo que nos hace vivir la experiencia del arte culinario italiano y el viejo puente transbordador forman parte del atractivo turístico y las increíbles actividades que este barrio creativo muestra al mundo.

**2.5.7.3 SOHO, BARRIO DE LAS ARTES (MÁLAGA– ESPAÑA)****Ubicación.**

Soho el barrio de las Artes, considerado una zona cultural y comercial localizada dentro del Ensanche de Heredia, y ocupa unas veinte hectáreas en el distrito centro de la ciudad de Málaga – España.

## **Como Llegar**

A través de Soho transcurren algunas de las vías de mayor circulación de Málaga, se puede recurrir a tomar los buses urbanos en la Alameda en la estación de buses, en el muelle de Heredia se puede tomar el bus en la estación de buses interurbanos, y también se puede hacer un trasbordo en la estación de trenes junto al Río Guadalmedina.

## **Breve Historia.**

Soho tiene su origen de un proyecto comunitario entre los mismos ciudadanos y comerciantes de la zona, con el único objetivo de regenerar y rehabilitar el área comprendida entre el Sur de la Alameda y el Muelle de Heredia, este proyecto ocurrió por la primera década del año 2000. Para la reactivación de este espacio cultural se llevó a cabo “El Proyecto de Renovación Cultural, Comercial y Ciudadana del Ensanche de Heredia: Soho Málaga, El Barrio de las Artes” todo esto con la finalidad de ser una zona con un atractivo turístico que destaque en Málaga de manera cultural y comercial.



Imagen 11-2: Soho Barrio de las Artes. Málaga – España. Recuperado de: [cacmalaga.eu](http://cacmalaga.eu)

## **Atractivos.**

Como estuvo en mente desde un principio, este proyecto era para beneficio de la ciudad de Málaga con ese motivo se buscó desarrollar diversas actividades que los visitantes puedan llevar a cabo en el Barrio para generar más turismo e impulsar el atractivo de esta conocida zona cultural.

Lo primordial es captar la atracción de los visitantes y de los locales, para lo cual se realiza por calendario diversas actividades artísticas y exposiciones al aire libre. Entre los espectáculos que más captan las miradas suelen ser las participaciones de artistas

urbanos muy reconocidos que plasman sus obras increíblemente grandes en los inmuebles del barrio, sus conceptos llaman mucho la atención y son muy creativos llenando esta zona de vida.

Las artes escénicas y el teatro son otros de los eventos que se realizan en Soho, cuando el ambiente se enciende en las calles del barrio es motivo del Soho Málaga Sound Festival, que es otro de los eventos más aclamados por los visitantes de esta área creativa.

Otro de los eventos que se realizan en el barrio son las exposiciones de diferentes fotógrafos que mediante sus capturas transmiten a los visitantes lo más representativo de la fotografía artística y contemporánea, dando participación a diferentes críticos de arte y a los representantes de la industria creativa que suelen recorrer por estas calles.

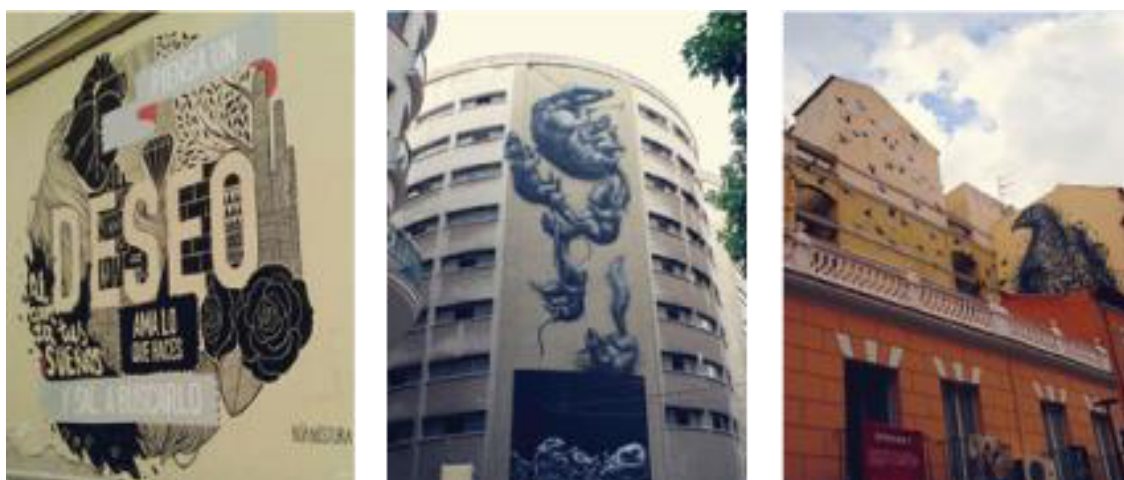


Imagen 12-2: Murales en inmuebles de Soho Barrio de las Artes. Málaga España.  
Recuperado de: [mausmalaga.com](http://mausmalaga.com)

Las artes escénicas y el teatro son otros de los eventos que se realizan en Soho, cuando el ambiente se enciende en las calles del barrio es motivo del Soho Málaga Sound Festival, que es otro de los eventos más aclamados por los visitantes de esta área creativa. Otro de los eventos que se realizan en el barrio son las exposiciones de diferentes fotógrafos que mediante sus capturas transmiten a los visitantes lo más representativo de la fotografía artística y contemporánea, dando participación a diferentes críticos de arte y a los representantes de la industria creativa que suelen recorrer por estas calles.

**2.5.8 ACTIVIDADES DE LOS CASOS DE ESTUDIO**

De los considerados barrios creativos a nivel mundial, destacan ciertas características que los definen y los convierten en atractivos para los turistas nacionales y extranjeros. Generalmente, algunas de ellas se repiten en otros barrios, por lo que resultan de vital importancia para el desarrollo de la propuesta de posicionamiento del Barrio Las Peñas como barrio creativo y las actividades que bien se podrían establecer en el mismo.

Tabla 1-2: Cuadro comparativo de los casos de estudio

| ACTIVIDADES                      | Barrio La Ronda | Barrio La Boca | Barrio de Las Artes |
|----------------------------------|-----------------|----------------|---------------------|
| Restaurantes                     | X               | X              | X                   |
| Cafeterías y Dulcerías           | X               | X              | X                   |
| Tiendas de Artesanía             | X               | X              |                     |
| Bares con música en vivo         | X               | X              | X                   |
| Exposiciones Artísticas / Museos | X               | X              | X                   |
| Fábrica de juguetes artesanales  | X               |                |                     |
| Teatro                           | X               | X              | X                   |
| Diseño                           | X               | X              | X                   |
| Estadio                          |                 | X              |                     |
| Fotografía artística             |                 |                | X                   |

## **2.6 EL BARRIO LAS PEÑAS COMO PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN**

### **2.6.1 ORIGEN DEL BARRIO LAS PEÑAS.**

El barrio Las Peñas cuyo origen remonta al siglo XVI, es el más emblemático en la ciudad de Guayaquil dado a que es aquí el lugar donde nació la ciudad, se encuentra situado en las faldas del cerro Santa Ana, los españoles la denominaron Las Peñas por los enormes peñascos o piedras grandes que conformaban el terreno del cerro. Las Peñas en sus inicios era el hogar de los artesanos y de humildes pescadores que principalmente habitaban a las orillas del río de la ciudad. Todo se tornó diferente luego de la tragedia del gran incendio de 1896 a pesar que la ciudad quedo devastada, el barrio fue reconstruido y se mantuvo el aspecto y las características fachadas de la casas.

A finales del siglo XIX el lugar tomó el nombre de Barrio debido a que se convirtió en la primera zona residencial de la ciudad todo esto tuvo cabida con el boom cacaotero de los años 20, pues Las Peñas empezó a ser poblada por acaudalados hacendados.

Desde sus comienzos el Barrio se construyó con un estilo colonial Neoclásico y se caracteriza por ser un lugar bohemio cuna del Arte y Cultura de Guayaquil. Hoy en día cada una de las casas que se encuentran situadas en el Barrio data más de 100 años de antigüedad y cada una tiene su historia e importancia, y debido a que esto el Municipio lo declaro Patrimonio Cultural de la Nación en el año de 1982.



Imagen 13-2: Calle Numa Pompilio Llona – Barrio Las Peñas Guayaquil. Recuperado de: Wikipedia

### **2.6.2 ILUSTRES HABITANTES**

Como conocemos el Barrio Las Peñas es un lugar muy rico en historia y uno de sus legados más importantes es que fue un lugar donde habitaron personajes Ilustres y acaudalados de la ciudad de Guayaquil entre los cuales podemos destacar:

- Ex - Presidente Francisco Robles.
- Ex – Presidente José Luis Tamayo.
- Ex – Presidente Carlos Julio Arosemena Tola.
- Ex - Presidente Alfredo Baquerizo Moreno.
- Ex - Presidente Eloy Alfaro Delgado.
- Ex – Presidente Carlos Alberto Arroyo del Río.
- Escritor Enrique Gil Gilbert.
- Escritor Numa Pompilio Llona.
- Escritor Juan Montalvo.
- Escritora Alba Calderón de Gil.
- Escritor Ernest Hemingway.
- Pintor Manuel Rendón Seminario.
- Pintor Alfredo Espinoza Tamayo.
- Músico Antonio Neumane compositor del Himno Nacional del Ecuador.
- Educadora Rita Lecumberri.
- Historiador Rafael Pino Roca.
- Ernesto “Ché Guevara” quién ayudo gratuitamente como pediatra en el sector.

La presencia de estos personajes que a lo largo de su vida dejaron huellas y marcado historia, fue de transcendental importancia para el Barrio Las Peñas dado a que en su debido tiempo aportaron mucho a la historia de este Ilustre y Emblemático sector.

### **2.6.3 BARRIO LAS PEÑAS BAJO LA MIRADA PATRIMONIAL.**

En la actualidad Las Peñas cumple 33 años de ser nombrado Patrimonio Cultural de la Nación, título que le fue otorgado el 23 de Julio de 1982 por parte del Directorio del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. El motivo por el cual le fue atribuido este

preciado nombramiento es porque el barrio las Peñas es el atractivo arquitectónico más representativo que hay de principios del siglo XX y que aún se conserva apropiadamente en Guayaquil.

Las casas del barrio se han mantenido gracias a la intervención para el rescate patrimonial, hace años atrás fueron llevadas a regeneración en cuanto a su fachada y cubierta, tabiquerías y pisos y a la recuperación de su color original.

Su valor histórico es uno de los más importantes a nivel Nacional, a causa de que el barrio está situado en el sitio donde se fundó la ciudad. El diseño de sus casas y las ornamentaciones de sus edificaciones lo hace destacar, su singular arquitectura da testimonio al estilo de vida de aquella época histórica que además de eso también guarda importantes costumbres y características de la identidad Guayaquileña antiguo.

Formar parte del Patrimonio Cultural de la Nación es considerado muy relevante para el país motivo por el cual se debe tener en cuenta su cuidado, porque sobre él se fundamenta el peso de una historia que con el pasar de los años puede deteriorarse si no se mantiene con el debido cuidado.

#### **2.6.4 BARRIO LAS PEÑAS COMO ATRACTIVO TURÍSTICO.**

Ser nombrado atractivo turístico es de suma importancia para un lugar, porque llega a ser destacado de acuerdo a sus características y actividades que lo hacen representativo ante los ojos de los turistas, los cuales recorren siempre nuevos lugares en busca de nuevas experiencias que capturen su atención.

Es importante reconocer que a pesar de que el barrio Las Peñas esté formado por una sola calle, es una de las más visitadas por los turistas y también es considerada como una vitrina de Arte y cultura que año a año permite mostrarse a los artistas y a los comerciantes ofreciendo a sus visitantes exposiciones artísticas, talleres de arte y actividades culturales.

No está de más considerar al barrio entero como un museo que lleva consigo la historia de una representativa ciudad, los turistas recorren capturando cada detalle que puedan

observar en este emblemático lugar turístico, no hay manera de no sentirse atraído por

cada casa, cada ornamento o por cada piedra que forma parte de la calle Numa Pompilio Llona.

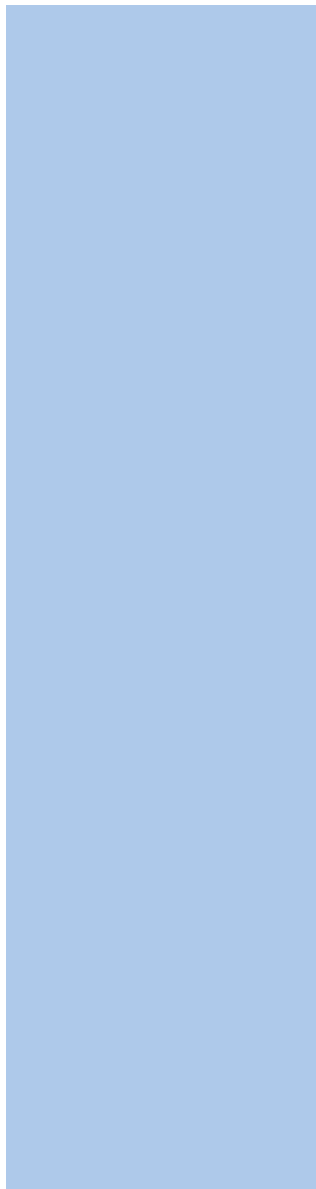
### **2.6.5 BARRIO LAS PEÑAS COMO BARRIO CREATIVO**

Para ser considerados como Barrios creativos, en muchas ciudades alrededor del mundo existen lugares que tienen características similares o distintas, pero la principal es destacar por sus actividades Artísticas, culturales y creativas.

Son reconocidos por sus infraestructuras únicas y por llevar consigo una historia que con el pasar de los años gana más importancia y se aprovecha al máximo para intensificar sus atractivos.

El Barrio Las Peñas a más de ser reconocido como zona turística y Patrimonial de la ciudad posee muchas características que lo pueden llevar a ser identificado como Barrio Creativo de la ciudad de Guayaquil. Esto ocurre gracias a que cuenta con algunas características que poseen otros barrios creativos en los distintos países, ya que en él podemos encontrar un lugar muy visitado por turistas y habitantes locales debido a sus exposiciones artísticas y diversas actividades culturales, zonas comerciales de artesanías, bares y lugares de ocio y entretenimiento. Todos encargados de ofrecer experiencias agradables a sus visitantes.

Podemos decir que el Barrio Las Peñas nos ofrece experiencias que en un barrio común y corriente no podemos encontrar, por lo cual vale la pena destacarlo y ayudar a que poco a poco pueda ir incluyendo actividades de suma importancia y más zonas comerciales o creativas que ayuden a intensificar la importancia del barrio y definirlo como barrio creativo de la ciudad de Guayaquil.



## **CAPÍTULO 3**

### **DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

### **3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 INFORMACIÓN REQUERIDA**

Para llevar a cabo un orden y un control de la información requerida para la investigación, se clasificará en componentes, tomando como base principal los objetivos específicos y las preguntas directrices para recolectar información puntual y de suma importancia para el proyecto investigativo.

En base a la pregunta directriz 1 y el objetivo específico 1, se realiza el:

**Componente 1:** El investigador requiere conocer los registros existentes de los datos históricos del Barrio Las Peñas, por lo cual se necesita saber los criterios de conocimientos del tema de los ciudadanos y los archivos bibliotecarios, los cuales serán obtenidos a través de encuestas y entrevistas.

En base a la pregunta directriz 2 y el objetivo específico 2, se realiza el:

**Componente 2:** El investigador requiere averiguar el perfil de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Barrio Las Peñas, por lo cual se necesita conocer los criterios de opinión de las personas locales y comerciantes de la zona, los cuales se recolectarán mediante entrevistas y el método de investigación etnográfico.

En base a la pregunta directriz 3 y el objetivo específico 3, se realiza el:

**Componente 3:** El investigador requiere identificar las actividades que se llevan a cabo dentro de los barrios que son considerados creativos, por lo que se necesita conocer los criterios de opinión de ciudadanos sobre sus gustos y preferencias al momento de visitar una zona turística de Guayaquil, para lo cual se realizarán encuestas.

En base a la pregunta directriz 4 y el objetivo específico 4, se realiza el:

**Componente 4:** El investigador requiere identificar qué estrategias del diseño se podrían aplicar para que el Barrio Las Peñas sea posicionado como un Barrio Creativo, por lo cual se consideran los criterios de opinión de los turistas nacionales y extranjeros, y de expertos en el área creativa; la información se obtendrá mediante encuestas y entrevistas.

### 3.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de la investigación que se llevará a cabo en la propuesta de posicionamiento del Barrio Las Peñas como un Barrio Creativo de Guayaquil, consiste en las siguientes fases:

#### Fase 1:

Por medio de la investigación exploratoria se recolectó información de fuentes secundarias como datos históricos obtenidos de centros bibliotecarios de la ciudad y recursos digitales que facilitan el desarrollo del proyecto.

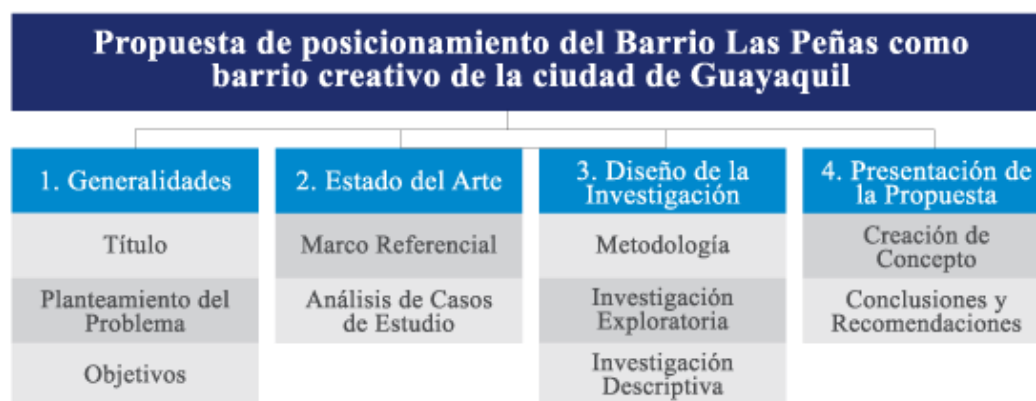
#### Fase 2:

Comprende el método de Investigación Descriptiva mediante encuestas realizadas por correo electrónico, en el cual se elaborará un cuestionario de preguntas a través de la herramienta Google Form, el mismo que será distribuido por redes sociales. Así mismo se llevará a cabo un cuestionario físico, que será proporcionado a las personas que recurren al Barrio Las Peñas para obtener información sobre el tema.

También se llevará a cabo la Investigación Cualitativa, empleando el método etnográfico con técnicas de entrevistas estructuradas y no estructuradas, observación participante y registros fotográficos por medio del moodboard.

### 3.3 HOJA DE RUTA DE INVESTIGACIÓN

Tabla 2-3: Hoja de Ruta de investigación

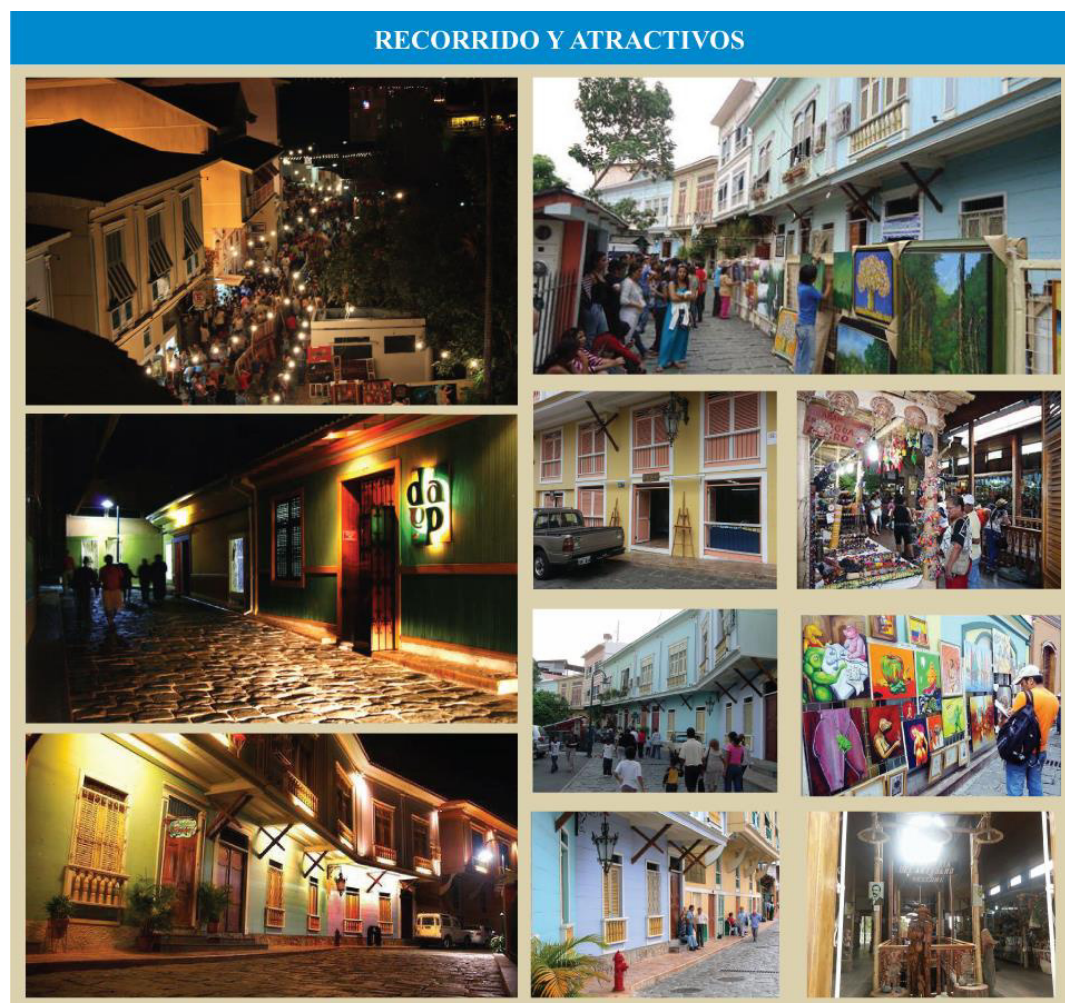


### 3.4 PAUTA ETNOGRÁFICA PARA EL DESARROLLO DEL MOODBOARD

Tabla 3-3: Pauta etnográfica para el desarrollo del Moodboard

| Propuesta de posicionamiento del Barrio Las Peñas<br>como barrio creativo de la ciudad de Guayaquil |                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Variables                                                                                           | Dimensión<br>Subdimensiones                                                                                | Observaciones                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Recorrido                                                                                           | Calle Numa<br>Pompilio Llona<br>Bares y cafés<br>Talleres y Galerías de Arte<br>Arquitectura<br>Artesanías | De acuerdo al tipo de actividades que se realizan en el Barrio Las Peñas, el recorrido varía según el horario:<br>Mientras que en la noche, abren sus puertas los bares y lugares de entretenimiento, en el día el recorrido se enfoca en el ámbito cultural y educativo. |
| Visitantes                                                                                          | Rituales<br>Comportamientos<br>Grupos<br>Códigos                                                           | Dado que el subconciencia de las personas responde a la actividad realizada en el momento, el comportamiento, los rituales y códigos lingüísticos varían de acuerdo al ambiente y compañía.                                                                               |
| Pertenencias                                                                                        | Vestuario<br>Accesorios extras<br>Zapatos                                                                  | El vestuario de las personas responde según sus factores económicos, ambientales o por sus actividades recreativas. Si el visitante va por la mañana, su vestimenta es más cómoda y fresca, en cambio por la noche es más elegante o casual.                              |
| Discurso personal                                                                                   | Postura de visitantes<br>Lenguaje no verbal<br>Lenguaje verbal                                             | Sus posturas y lenguaje varía según el tipo de visitante, sea nacional o extranjero.<br>Por lo general, se observan comportamientos espontáneos y posturas relajadas, de la misma manera que actúan de acuerdo a la relación que tengan con su acompañante.               |

### 3.5 MOODBOARD



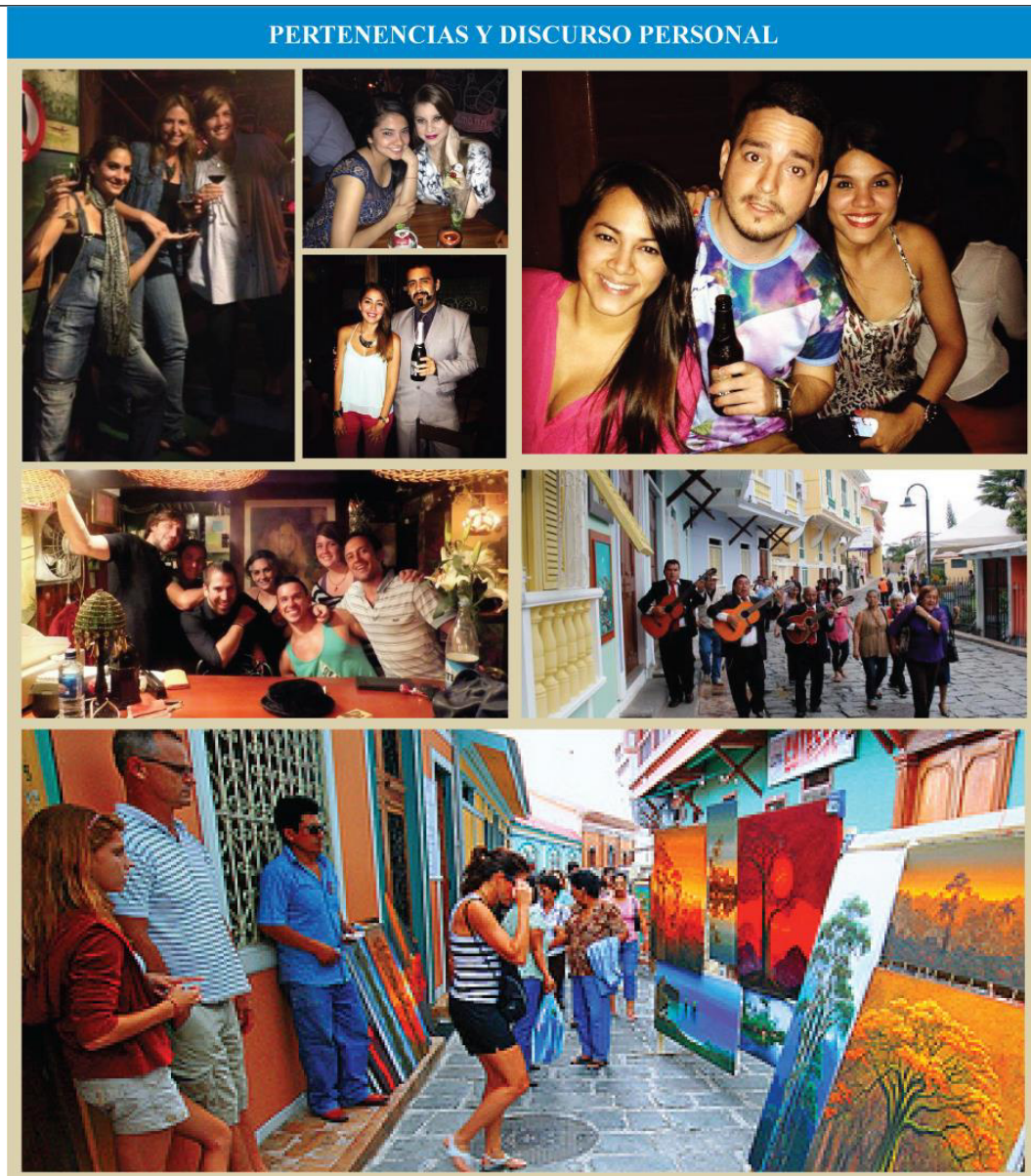


Imagen 14-3: Desarrollo del Moodboard del Barrio Las Peñas

### **3.6 CORRESPONDENCIA DE PREGUNTAS Y OBJETIVOS**

**3.6.1 CORRESPONDENCIA DE PREGUNTAS DE ENCUESTA Y PREGUNTAS DIRECTRICES**

Tabla 4-3: Correspondencia de preguntas de encuesta con preguntas directrices

| PREGUNTAS DIRECTRICES                                                                                               | PREGUNTAS DE ENCUESTA                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ¿Los Guayaquileños reconocen la importancia histórica del Barrio Las Peñas?                                         | 8. ¿Sabía usted que el Barrio Las Peñas fue declarado como Patrimonio Cultural de La Nación?                                                                                                            |
| ¿Cuál es el perfil de los visitantes del Barrio Las Peñas?                                                          | 1. ¿Hace cuánto tiempo visitó el Barrio Las Peñas?<br>2. ¿Con quién visitó el Barrio Las Peñas?<br>3. ¿Por qué motivo visitó el Barrio Las Peñas?                                                       |
| ¿Qué actividades deben realizarse en un barrio para ser considerado Creativo?                                       | 4. Indique su nivel de conocimiento sobre las actividades que se realizan en el Barrio Las Peñas.<br>6. De las siguientes opciones, elija una actividad que le gustaría incluir en el Barrio Las Peñas. |
| ¿Qué estrategias del diseño serían fundamentales para poder posicionar el Barrio Las Peñas como un Barrio Creativo? | 5. Mediante qué medio ha recibido información acerca de las actividades realizadas en el Barrio Las Peñas.<br>7. ¿Cómo identificaría usted al Barrio Las Peñas?                                         |

**3.6.2 CORRESPONDENCIA DE PREGUNTAS DE ENCUESTA Y OBJETIVOS**

Tabla 5-3: Correspondencia de preguntas de encuesta con objetivos del proyecto

| OBJETIVOS                                                                                                                          | PREGUNTAS DE ENCUESTA                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Analizar los datos históricos del Barrio Las Peñas.                                                                                | 8. ¿Sabía usted que el Barrio Las Peñas fue declarado como Patrimonio Cultural de La Nación?                                                                                                            |
| Recolectar información específica sobre el perfil de las personas que visitan el Barrio.                                           | 1. ¿Hace cuánto tiempo visitó el Barrio Las Peñas?<br>2. ¿Con quién visitó el Barrio Las Peñas?<br>3. ¿Por qué motivo visitó el Barrio Las Peñas?                                                       |
| Distinguir las actividades que se realizan en un barrio creativo y el porqué de su importancia.                                    | 4. Indique su nivel de conocimiento sobre las actividades que se realizan en el Barrio Las Peñas.<br>6. De las siguientes opciones, elija una actividad que le gustaría incluir en el Barrio Las Peñas. |
| Identificar las estrategias de diseño que aportarían al posicionamiento del Barrio Las Peñas como un Barrio Creativo de Guayaquil. | 5. Mediante qué medio ha recibido información acerca de las actividades realizadas en el Barrio Las Peñas.<br>7. ¿Cómo identificaría usted al Barrio Las Peñas?                                         |

### 3.6.3 CORRESPONDENCIA DE PREGUNTAS DE ENCUESTA E INFORMACIÓN REQUERIDA

Tabla 6-3: Correspondencia de preguntas de la encuesta y la información requerida

| INFORMACIÓN REQUERIDA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | PREGUNTAS DE ENCUESTA                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Componente 1:</b> El investigador requiere conocer los registros existentes de los datos históricos del Barrio Las Peñas, por lo cual se necesita saber los criterios de conocimientos del tema de los ciudadanos y los archivos bibliotecarios, los cuales serán obtenidos a través de encuestas y entrevistas.                                     | 8. ¿Sabía usted que el Barrio Las Peñas fue declarado como Patrimonio Cultural de La Nación?                                                                                                            |
| <b>Componente 2:</b> El investigador requiere averiguar el perfil de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Barrio Las Peñas, por lo cual se necesita conocer los criterios de opinión de las personas locales y comerciantes de la zona, los cuales se recolectarán mediante entrevistas y el método de investigación etnográfico.       | 1. ¿Hace cuánto tiempo visitó el Barrio Las Peñas?<br>2. ¿Con quién visitó el Barrio Las Peñas?<br>3. ¿Por qué motivo visitó el Barrio Las Peñas?                                                       |
| <b>Componente 3:</b> El investigador requiere identificar las actividades que se llevan a cabo dentro de los barrios que son considerados creativos, por lo que se necesita conocer los criterios de opinión de ciudadanos sobre sus gustos y preferencias al momento de visitar una zona turística de Guayaquil, para lo cual se realizarán encuestas. | 4. Indique su nivel de conocimiento sobre las actividades que se realizan en el Barrio Las Peñas.<br>6. De las siguientes opciones, elija una actividad que le gustaría incluir en el Barrio Las Peñas. |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Componente 4:</b> El investigador requiere identificar qué estrategias del diseño se podrían aplicar para que el Barrio Las Peñas sea posicionado como un Barrio Creativo, por lo cual se consideran los criterios de opinión de los turistas nacionales y extranjeros, y de expertos en el área creativa; la información se obtendrá mediante encuestas y entrevistas.</p> | <p>5. Mediante qué medio ha recibido información acerca de las actividades realizadas en el Barrio Las Peñas.</p> <p>7. ¿Cómo identificaría usted al Barrio Las Peñas?</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3.7 DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

#### 3.7.1 TIPO DE MUESTREO

Dado que nuestro grupo objetivo se encuentra localizado en la ciudad de Guayaquil que tiene 15.470.000 habitantes, se procede a determinar el tamaño de la muestra, antecediendo que dicha cantidad no debe ser inferior a 200 personas ni superior a 300, por lo que se considera que la fórmula a utilizar debe ser la de población finita.

Se determinó que el nivel de confianza de la muestra será del 95%, estimando que el error o diferencia máxima entre la media muestral y media poblacional será del 0,015%. Para colocar el valor de la variable, nivel de confianza en la fórmula, primero se debe dividir para 2 y después para 100, el valor obtenido se lo ubica en la tabla de curva normal, de esta manera:

Tabla 7-3: Nivel de confianza para determinación del tamaño de la muestra

| nivel de confianza              |        |        | 95%    |
|---------------------------------|--------|--------|--------|
| mitad de nivel de confianza     |        |        | 47,50  |
| mitad de nivel de confianza/100 |        |        | 0,4750 |
| Z                               | 0,04   | 0,05   | 0,06   |
| 1,6                             | 0,4495 | 0,4505 | 0,4515 |
| 1,7                             | 0,4591 | 0,4599 | 0,4608 |
| 1,8                             | 0,4671 | 0,4678 | 0,4686 |
| 1,9                             | 0,4738 | 0,4744 | 0,4750 |

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

$$n = \frac{0,5^2}{\frac{0,015^2}{1,96^2} + \frac{0,5^2}{15470000}}$$

$$n = 251 \text{ R//}$$

|                                                                                                                                                  |             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| De la suma entre las áreas inferiores de la curva normal (z) que hacen intersección con nuestro valor de nivel de confianza (0,4750) se obtiene: | 1,9         |
|                                                                                                                                                  | 0,06        |
|                                                                                                                                                  | <b>1,96</b> |

A continuación consideramos como valor de la desviación estándar 0,5 y procedemos a realizar la siguiente fórmula para obtener el valor del tamaño de la muestra:

Donde:

**n** = Tamaño de la muestra.

**N** = Tamaño de la población

**Z** = Valor de estandarización que indica el nivel de confianza

**S** = Desviación estándar (conocida, de anteriores estudios o prueba piloto o estimada).

**E** = Error o diferencia máxima entre la media muestral y media poblacional que está dispuesto a aceptar con el nivel de confianza definido.

### 3.7.2 PROCEDIMIENTO DE PREGUNTAS FALTANTES

En las preguntas 3, 5, 6, y 7 en las que se debe escoger una sola respuesta, en caso de que el encuestado llegue a escoger múltiple opción o no escoja ninguna, se optará por reemplazar la respuesta por la moda, que se encuentre al momento de la tabulación. En

el caso que el encuestado seleccione la opción “Otro” y no justifique su respuesta, se procederá a escoger una opción, la cual será obtenida de las variables de la moda encontrada en la tabulación.

En las preguntas 1, 2, 4 y 8 en las que se debe escoger una sola respuesta, en caso de que el encuestado no escoja ninguna, se optará por reemplazar la respuesta por la moda, que se encuentre al momento de la tabulación.

En caso de que lleguen a existir varias respuestas faltantes, o que no vayan con el tema planteado y que sobrepasen el 20% del total de las preguntas, se procederá a anular la encuesta y realizar otra.

### **3.8 DISEÑO DEL CUESTIONARIO**

#### **3.8.1 ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO DEFINITIVO**



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL  
ENCUESTA SOBRE EL NIVEL DE POSICIONAMIENTO  
DEL BARRIO LAS PEÑAS**

Está invitado a llenar el siguiente formulario, que tiene como objetivo obtener información sobre el nivel de posicionamiento del Barrio Las Peñas en los habitantes y turistas en la ciudad de Guayaquil.

**Marque con una X la opción que escoja.**

|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Sexo:</b><br><br><input type="checkbox"/> Hombre<br><input type="checkbox"/> Mujer | <b>Su rango de edad es:</b><br><br><input type="checkbox"/> 18 - 25<br><input type="checkbox"/> 26 - 30<br><input type="checkbox"/> 31 - 35<br><input type="checkbox"/> 36 - 40<br><input type="checkbox"/> 41 en adelante |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**1. ¿Hace cuánto tiempo visitó el Barrio Las Peñas?**

- ☐ Hace 1 mes.
- ☐ Hace 3 meses.
- ☐ Hace 6 meses.
- ☐ Hace 9 meses.
- ☐ Hace 12 meses.
- ☐ Hace más de 12 meses.

**2. ¿Con quién visitó el Barrio Las Peñas?**

- ☐ Sólo (a).
- ☐ En Pareja.
- ☐ Con familiares.
- ☐ Con amigos.
- ☐ Con otros turistas.

**3. ¿Por qué motivo visitó el Barrio Las Peñas?**

- ☐ Arte y Cultura.
- ☐ Lugares de ocio y entretenimiento.
- ☐ Por excursión programada.
- ☐ Visitas a familiares.
- ☐ Por ejercicio.
- ☐ Por paseo.
- ☐ Por actividades laborales.
- ☐ Otro \_\_\_\_\_.



**4. Indique su nivel de conocimiento sobre las actividades que se realizan en el Barrio Las Peñas.**

Sin conocimiento

Tengo conocimiento

1\_\_\_\_\_ 2\_\_\_\_\_ 3\_\_\_\_\_ 4\_\_\_\_\_ 5\_\_\_\_\_

**5. Mediante qué medio ha recibido información acerca de las actividades realizadas en el Barrio Las Peñas.**

- \_\_\_ Televisión.
- \_\_\_ Prensa escrita.
- \_\_\_ Radio.
- \_\_\_ Redes sociales.
- \_\_\_ Ninguno.
- \_\_\_ Otro \_\_\_\_\_.

**6. De las siguientes opciones, elija una actividad que le gustaría incluir en el Barrio Las Peñas.**

- \_\_\_ Danza y música.
- \_\_\_ Teatro y cine.
- \_\_\_ Talleres de fotografía.
- \_\_\_ Talleres de diseño.
- \_\_\_ Artes manuales.
- \_\_\_ Otro \_\_\_\_\_.

**7. ¿Cómo identificaría usted al Barrio Las Peñas?**

- \_\_\_ Arquitectura.
- \_\_\_ Calles empedradas.
- \_\_\_ Galerías de arte.
- \_\_\_ Artesanías.
- \_\_\_ Otro \_\_\_\_\_.

**8. ¿Sabía usted que el Barrio Las Peñas fue declarado como Patrimonio Cultural de La Nación?**

\_\_\_ Si                      \_\_\_ No

**MUCHAS GRACIAS POR LA ATENCIÓN PRESTADA.**

**3.8.2 ESTRATEGIA PARA ANÁLISIS DE DATOS**

El procedimiento del análisis de datos se realizará mediante la creación de la tabla de frecuencia, en la que se obtendrá porcentajes y los gráficos estadísticos, con el fin de analizar las proporciones de las respuestas obtenidas de la muestra. De este modo se obtendrán conclusiones de la investigación respondiendo a las preguntas directrices y a los objetivos planteados en la fase inicial de la investigación.

**3.8.3 LIBRO DE CÓDIGOS**

Tabla 8-3: Libro de Códigos de cuestionario

| N° DE PREGUNTA | VARIABLE                                     | RESPUESTA                                                                                                   | RESPUESTA CODIFICADA       | REGLA                                          |
|----------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------------------|
| ----           | Sexo                                         | Hombre<br>Mujer                                                                                             | 1<br>2                     | Sólo se permite<br>1 o 2                       |
| ----           | Edad                                         | 18 - 25<br>26 - 30<br>31 - 35<br>36 - 40<br>41 en adelante                                                  | 1<br>2<br>3<br>4<br>5      | Sólo se permite<br>1, 2, 3, 4 o 5              |
| 1              | Tiempo de visita al Barrio Las Peñas.        | Hace 1 mes.<br>Hace 3 meses.<br>Hace 6 meses.<br>Hace 9 meses.<br>Hace 12 meses.<br>Hace más de 12 meses.   | 1<br>2<br>3<br>4<br>5<br>6 | Sólo se permite<br>1, 2, 3, 4, 5 o 6           |
| 2              | Compañía durante visita al Barrio Las Peñas. | Sólo (a).<br>En Pareja.<br>Con familiares.<br>Con amigos.<br>Con otros turistas.                            | 1<br>2<br>3<br>4<br>5      | Sólo se permite<br>1, 2, 3, 4 o 5              |
| 3              | Motivo de visita al Barrio Las Peñas         | Arte y Cultura.<br>Lugares de ocio y entretenimiento.<br>Por excursión programada.<br>Visitas a familiares. | 1<br>2<br>3<br>4<br>5      | Sólo se permite<br>1, 2, 3, 4, 5, 6, 7<br>u 8. |

|   |                                                                                      |                             |   |                                          |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---|------------------------------------------|
|   |                                                                                      | Por ejercicio.              | 6 |                                          |
|   |                                                                                      | Por paseo.                  | 7 |                                          |
|   |                                                                                      | Por actividades laborales.  | 8 |                                          |
|   |                                                                                      | Por actividades educativas. |   |                                          |
| 4 | Nivel de conocimiento sobre las actividades en Las Peñas.                            | 1                           | 1 | Sólo se permite 1, 2, 3, 4 o 5           |
|   |                                                                                      | 2                           | 2 |                                          |
|   |                                                                                      | 3                           | 3 |                                          |
|   |                                                                                      | 4                           | 4 |                                          |
|   |                                                                                      | 5                           | 5 |                                          |
| 5 | Medio por el que ha recibido información sobre las actividades del Barrio Las Peñas. | Televisión.                 | 1 | Sólo se permite 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 u 8. |
|   |                                                                                      | Prensa escrita.             | 2 |                                          |
|   |                                                                                      | Radio.                      | 3 |                                          |
|   |                                                                                      | Redes sociales.             | 4 |                                          |
|   |                                                                                      | Ninguno.                    | 5 |                                          |
|   |                                                                                      | Tradición.                  | 6 |                                          |
|   |                                                                                      | Publicidad.                 | 7 |                                          |
|   |                                                                                      | Recomendación.              | 8 |                                          |
| 6 | Actividades a incluir en el Barrio Las Peñas                                         | Danza y música.             | 1 | Sólo se permite 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 u 8. |
|   |                                                                                      | Teatro y cine.              | 2 |                                          |
|   |                                                                                      | Talleres de fotografía.     | 3 |                                          |
|   |                                                                                      | Talleres de diseño.         | 4 |                                          |
|   |                                                                                      | Artes Manuales.             | 5 |                                          |
|   |                                                                                      | Restaurantes                | 6 |                                          |
|   |                                                                                      | Talleres de Moda y Belleza  | 7 |                                          |
|   |                                                                                      | Guías turísticas.           | 8 |                                          |
| 7 | Identificativo del Barrio Las Peñas                                                  | Arquitectura.               | 1 | Sólo se permite 1, 2, 3, 4, 5 o 6.       |
|   |                                                                                      | Calles empedradas.          | 2 |                                          |
|   |                                                                                      | Galerías de arte.           | 3 |                                          |
|   |                                                                                      | Artesanías.                 | 4 |                                          |
|   |                                                                                      | Cultural e Histórico.       | 5 |                                          |
|   |                                                                                      | Bares y Discotecas.         | 6 |                                          |
| 8 | Barrio Las Peñas como Patrimonio                                                     | Si.                         | 1 | Sólo se permite 1 o 2.                   |
|   |                                                                                      | No                          | 2 |                                          |

### 3.8.4 ANÁLISIS DE PREGUNTAS

Para el análisis de las preguntas se presentarán las tablas de distribución de porcentajes y gráficos, que permitirán realizar inferencias sobre los datos obtenidos.

**Sexo:**

Tabla 9-3: Distribución de encuestados

| Sexo          | Código | Valor | Porcentaje |
|---------------|--------|-------|------------|
| Masculino     | 1      | 121   | 48%        |
| Femenino      | 2      | 130   | 52%        |
| <b>Total:</b> |        | 251   | 100%       |

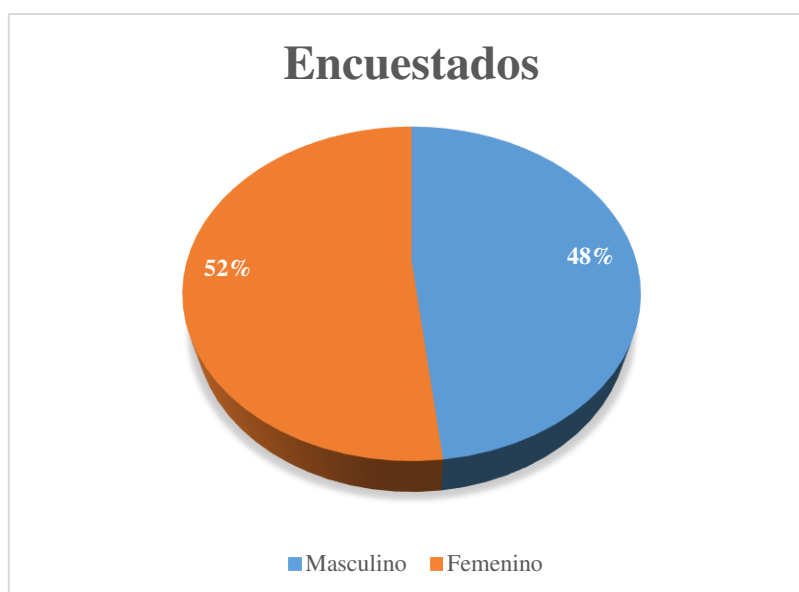


Gráfico 1-3: Distribución de encuestados

**Análisis Descriptivo:**

En nuestro estudio sobre el nivel de posicionamiento del Barrio Las Peñas, del total de los encuestados tenemos que el 52% corresponde al género femenino, mientras que el 48% corresponde al género masculino.

**Edad:**

Tabla 10-3: Distribución de encuestados por edad

| Edad           | Código | Valor | Porcentaje |
|----------------|--------|-------|------------|
| 18 - 25        | 1      | 156   | 62%        |
| 26 - 30        | 2      | 23    | 9%         |
| 31 - 35        | 3      | 15    | 6%         |
| 36 - 40        | 4      | 12    | 5%         |
| 41 en adelante | 5      | 45    | 18%        |
| <b>Total:</b>  |        | 251   | 100%       |

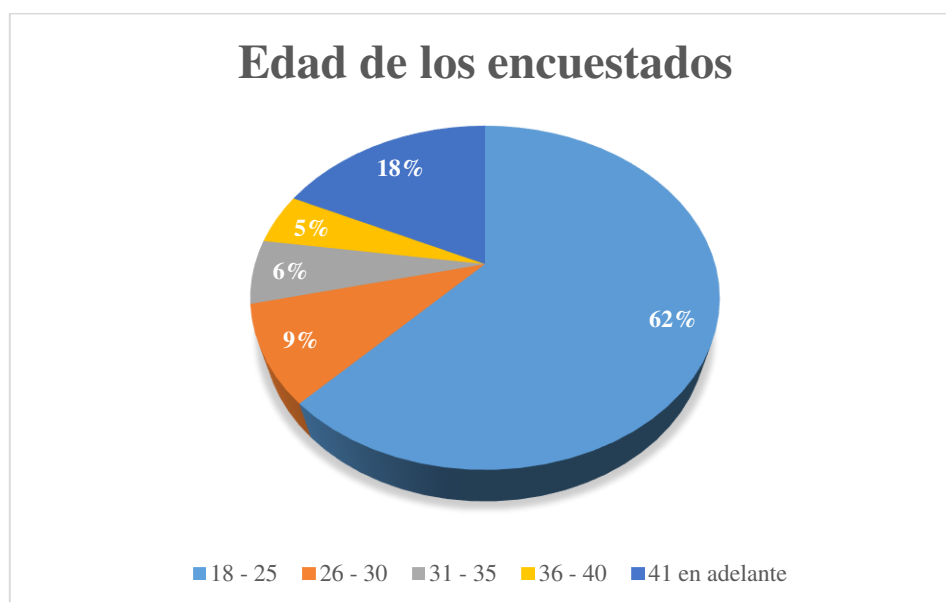


Gráfico 2-3: Distribución de encuestados por edad

**Análisis Descriptivo:**

Respecto a la edad de los encuestados, se obtiene que la parte mayoritaria del estudio del nivel de posicionamiento del Barrio Las Peñas corresponde entre las edades de 18 a 25 años con 62%, siguiendo con 18% las personas de 41 años en adelante, mientras que el 9% le pertenece a las edades comprendidas entre 26 a 30 años y en su minoría tenemos al 6% con edades de 31 a 35 años y el 5% de 36 a 40 años respectivamente.

**Pregunta 1.** ¿Hace cuánto tiempo visitó el Barrio Las Peñas?

Tabla 11-3: Pregunta 1

| Pregunta 1           | Código | Valor | Porcentaje |
|----------------------|--------|-------|------------|
| Hace 1 mes           | 1      | 58    | 23%        |
| Hace 3 meses         | 2      | 47    | 19%        |
| Hace 6 meses         | 3      | 46    | 18%        |
| Hace 9 meses         | 4      | 22    | 9%         |
| Hace 12 meses        | 5      | 24    | 10%        |
| Hace más de 12 meses | 6      | 54    | 22%        |
| <b>Total:</b>        |        | 251   | 100%       |

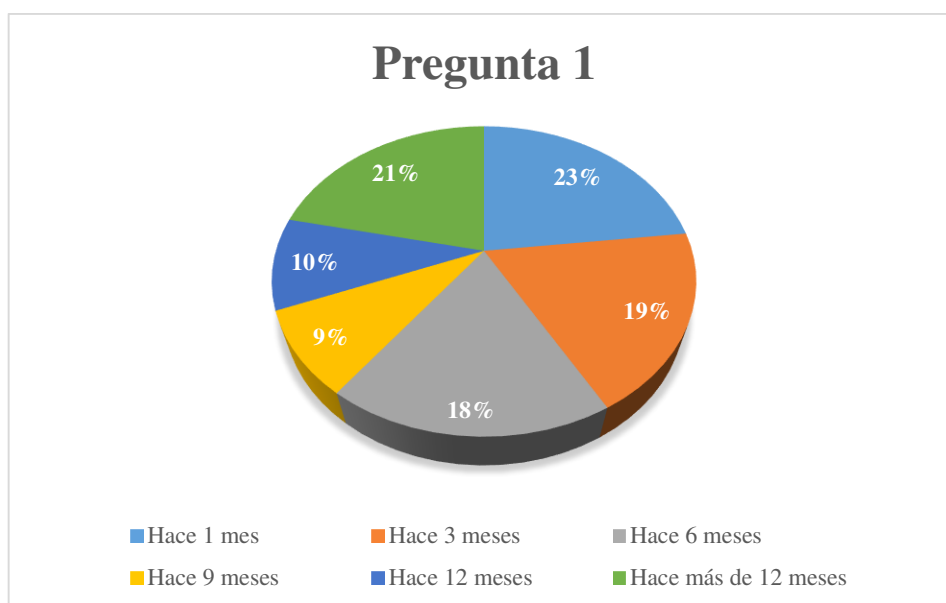


Gráfico 3-3: Pregunta 1

**Análisis Descriptivo:**

En cuanto al tiempo que los encuestados han visitado al Barrio Las Peñas, tenemos que el 23% ha asistido recientemente, mientras que en su polo opuesto, el 21% ha asistido hace más de 12 meses.

**Pregunta 2.** ¿Con quién visitó el Barrio Las Peñas?

Tabla 12-3: Pregunta 2

| Pregunta 2          | Código | Valor | Porcentaje |
|---------------------|--------|-------|------------|
| Solo/a              | 1      | 16    | 6%         |
| En pareja           | 2      | 55    | 22%        |
| Con familia.        | 3      | 85    | 34%        |
| Con amigos.         | 4      | 91    | 36%        |
| Con otros turistas. | 5      | 4     | 2%         |
| <b>Total:</b>       |        | 251   | 100%       |

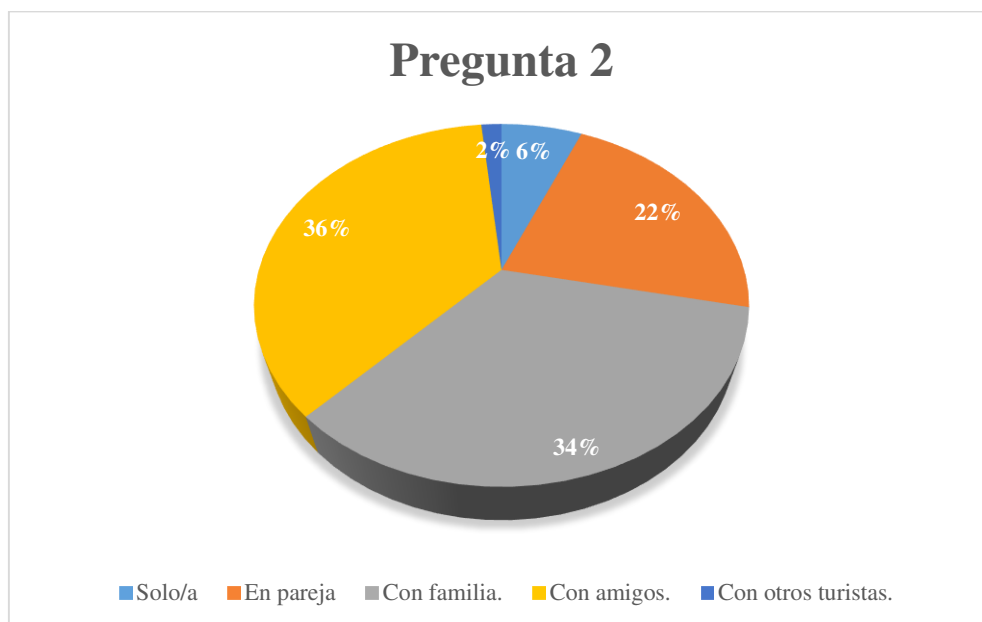


Gráfico 4-3: Pregunta 2

**Análisis Descriptivo:**

El 34% de los encuestados, disfrutan de las actividades que se realizan en el Barrio Las peñas con su familia, el 36% asisten con sus amistades, el 22% decide ir en pareja y en cantidades mínimas van con otros turistas o solos.

**Pregunta 3.** ¿Por qué motivo visitó el Barrio Las Peñas?

Tabla 13-3: Pregunta 4

| Pregunta 3                        | Código | Valor | Porcentaje |
|-----------------------------------|--------|-------|------------|
| Arte y Cultura                    | 1      | 39    | 16%        |
| Lugares de ocio y entretenimiento | 2      | 61    | 24%        |
| Por excursión                     | 3      | 13    | 5%         |
| Visitas a Familiares              | 4      | 2     | 1%         |
| Por ejercicio                     | 5      | 4     | 2%         |
| Por paseo                         | 6      | 115   | 46%        |
| Por actividades laborales         | 7      | 14    | 6%         |
| Por actividades educativas        | 8      | 3     | 1%         |
| <b>Total:</b>                     |        | 251   | 100%       |

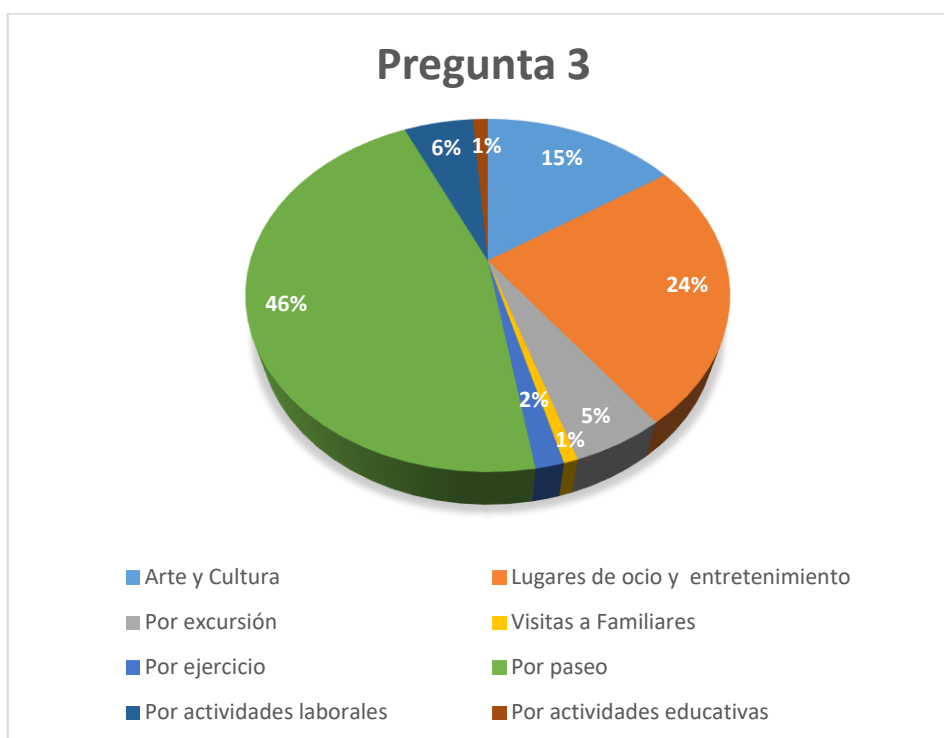


Gráfico 5-3: Pregunta 3

**Análisis Descriptivo:**

En cuanto al motivo de visita de los encuestados al Barrio Las Peñas, tenemos que el 46% decide ir por simple paseo y por consiguiente, un 24% decide ir por disfrutar de sus lugares de ocio y entretenimiento.

**Pregunta 4.** Indique su nivel de conocimiento sobre las actividades que se realizan en el Barrio Las Peñas.

Tabla 14-3: Pregunta 4

| Pregunta 4         | Código | Valor | Porcentaje |
|--------------------|--------|-------|------------|
| Sin conocimiento   | 1      | 49    | 20%        |
|                    | 2      | 55    | 22%        |
|                    | 3      | 90    | 36%        |
|                    | 4      | 34    | 14%        |
| Tengo conocimiento | 5      | 23    | 9%         |
| <b>Total:</b>      |        | 251   | 100%       |

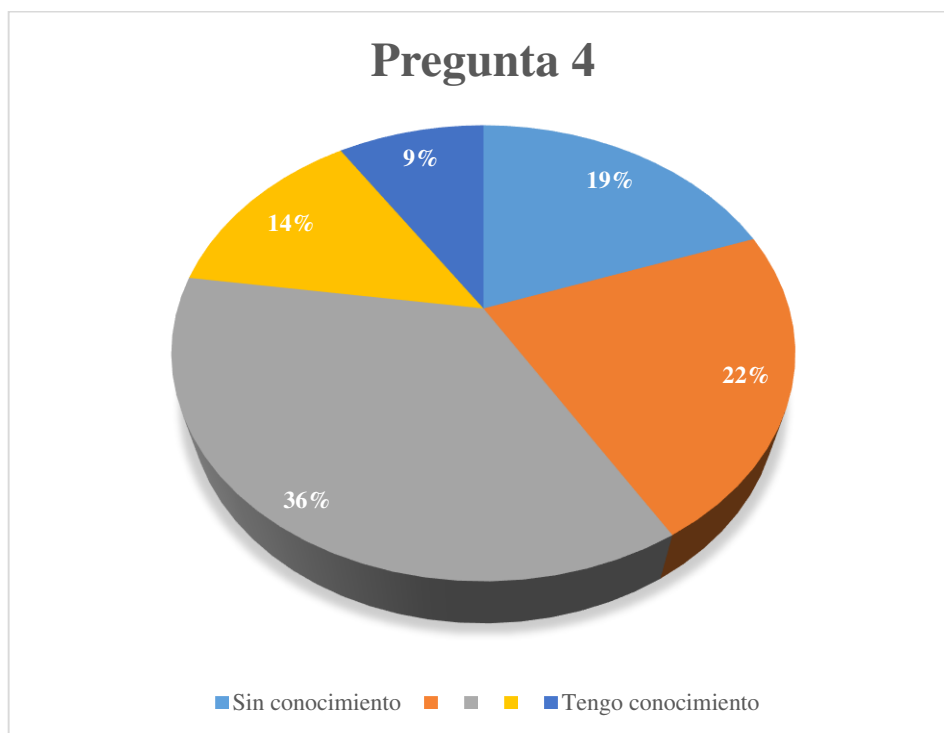


Gráfico 6-3: Pregunta 4

#### Análisis Descriptivo:

Con este análisis se obtiene que sólo el 9% de los encuestados tiene completo conocimiento de las actividades que se realizan en el Barrio Las Peñas, un 36% tiene conocimientos medio, mientras que aproximadamente el 19% no conocen las actividades recreativas, por lo que se podría explotar más este ámbito.

**Pregunta 5.** Mediante qué medio ha recibido información acerca de las actividades realizadas en el Barrio Las Peñas.

Tabla 15-3: Pregunta 5

| Pregunta 5     | Código | Valor | Porcentaje |
|----------------|--------|-------|------------|
| Televisión     | 1      | 69    | 27%        |
| Prensa Escrita | 2      | 30    | 12%        |
| Radio          | 3      | 2     | 1%         |
| Redes Sociales | 4      | 68    | 27%        |
| Ninguno        | 5      | 58    | 23%        |
| Tradición      | 6      | 6     | 2%         |
| Publicidad     | 7      | 1     | 0%         |
| Recomendación  | 8      | 17    | 7%         |
| <b>Total:</b>  |        | 251   | 100%       |

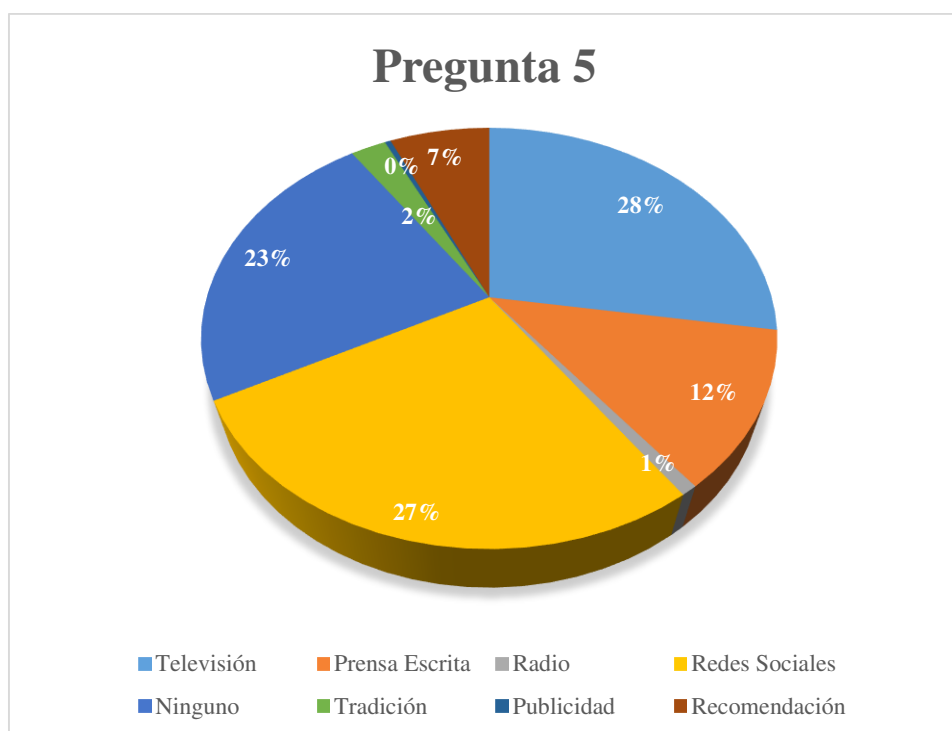


Gráfico 7-3: Pregunta 5

### Análisis Descriptivo:

El 28% de nuestra población no ha recibido información por ningún medio sobre las actividades que se realizan en el Barrio Las Peñas, mientras que el 27% mencionó que ha recibido información por parte de las redes sociales y el 23% por medio de publicidad.

**Pregunta 6.** De las siguientes opciones, elija una actividad que le gustaría incluir en el Barrio Las Peñas.

Tabla 16-3: Pregunta 6

| Pregunta 6               | Código | Valor | Porcentaje |
|--------------------------|--------|-------|------------|
| Danza y música           | 1      | 46    | 18%        |
| Teatro y cine            | 2      | 62    | 25%        |
| Talleres de fotografía   | 3      | 66    | 26%        |
| Talleres de diseño       | 4      | 37    | 15%        |
| Artes Manuales           | 5      | 33    | 13%        |
| Restaurantes             | 6      | 3     | 1%         |
| Talleres de m. y belleza | 7      | 2     | 1%         |
| Guías turísticas         | 8      | 2     | 1%         |

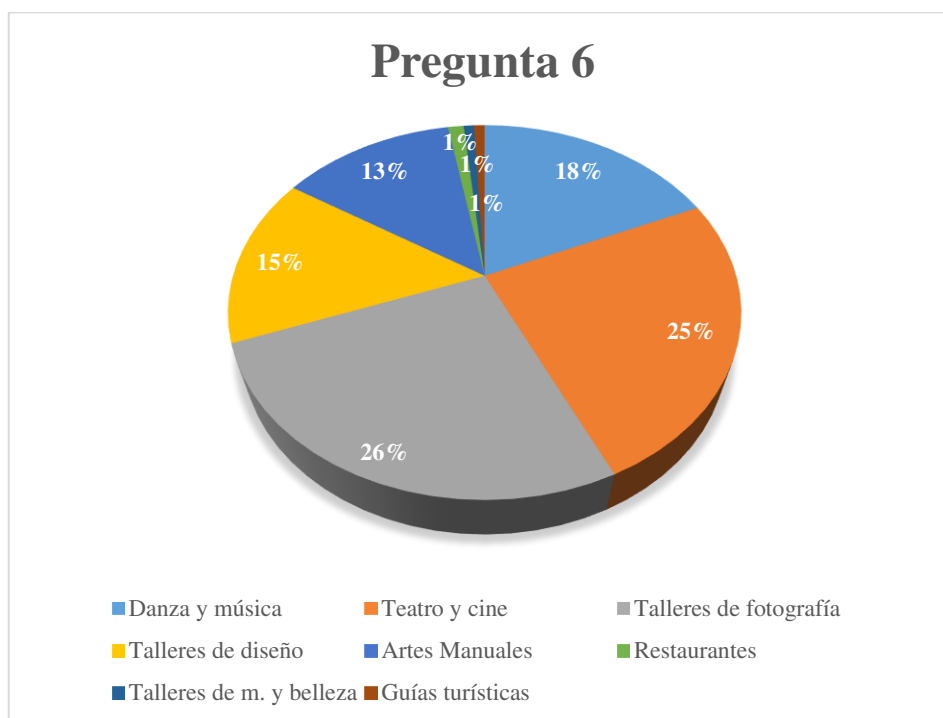


Gráfico 8-3: Pregunta 6

### Análisis Descriptivo:

Entre las actividades que a los encuestados les gustaría disfrutar tenemos a los talleres de fotografía en un 26%, el 25% disfrutaría del teatro y del cine, mientras que el 18% desearía participar en talleres de danza y música o de talleres de diseño en un 15%.

**Pregunta 7.** ¿Cómo identificaría usted al Barrio Las Peñas?

Tabla 17-3: Pregunta 7

| Pregunta 7           | Código | Valor | Porcentaje |
|----------------------|--------|-------|------------|
| Arquitectura         | 1      | 88    | 35%        |
| Calles empedradas    | 2      | 47    | 19%        |
| Galerías de arte     | 3      | 86    | 34%        |
| Artesanías           | 4      | 25    | 10%        |
| Cultural e histórico | 5      | 2     | 1%         |
| Bares y discotecas   | 6      | 3     | 1%         |
| <b>Total:</b>        |        | 251   | 100%       |

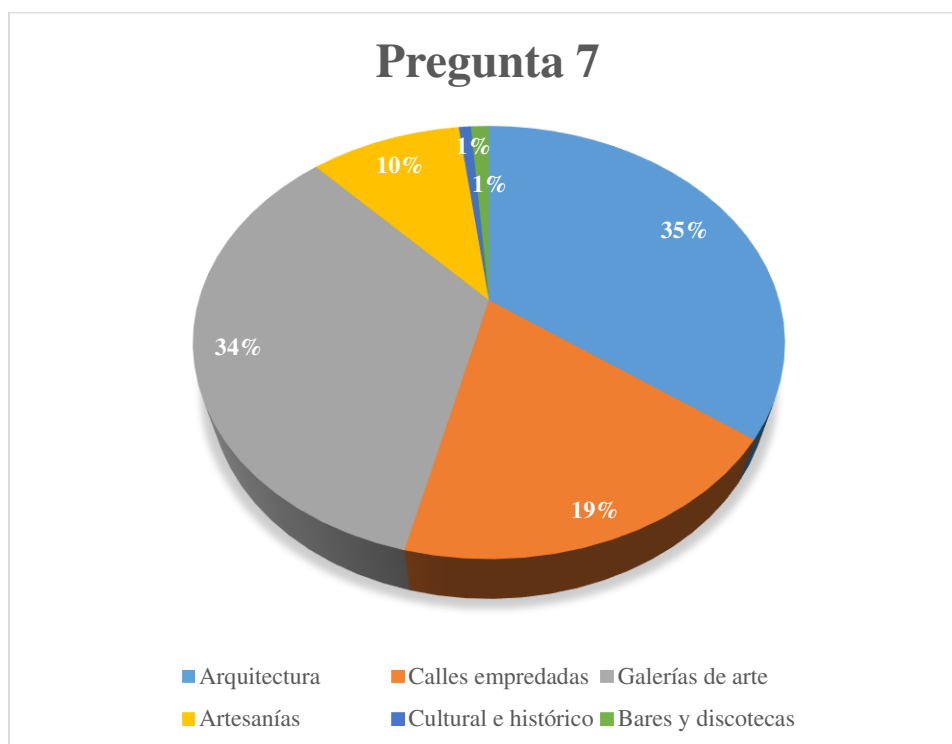


Gráfico 9-3: Pregunta 7

**Análisis Descriptivo:**

La población encuestada determinó en su mayoría que identifica al Barrio Las Peñas por su nivel arquitectónico, similar a esto, el 34% decretó que se identifica por medio de las galerías de arte y un 19% por sus calles empedradas.

**Pregunta 8.** ¿Sabía usted que el Barrio Las Peñas fue declarado como Patrimonio Cultural de la Nación?

Tabla 18-3: Pregunta 8

| Pregunta 8 | Código | Valor | Porcentaje |
|------------|--------|-------|------------|
| Si         | 1      | 123   | 49%        |
| No         | 2      | 128   | 51%        |
| Total:     |        | 251   | 100%       |

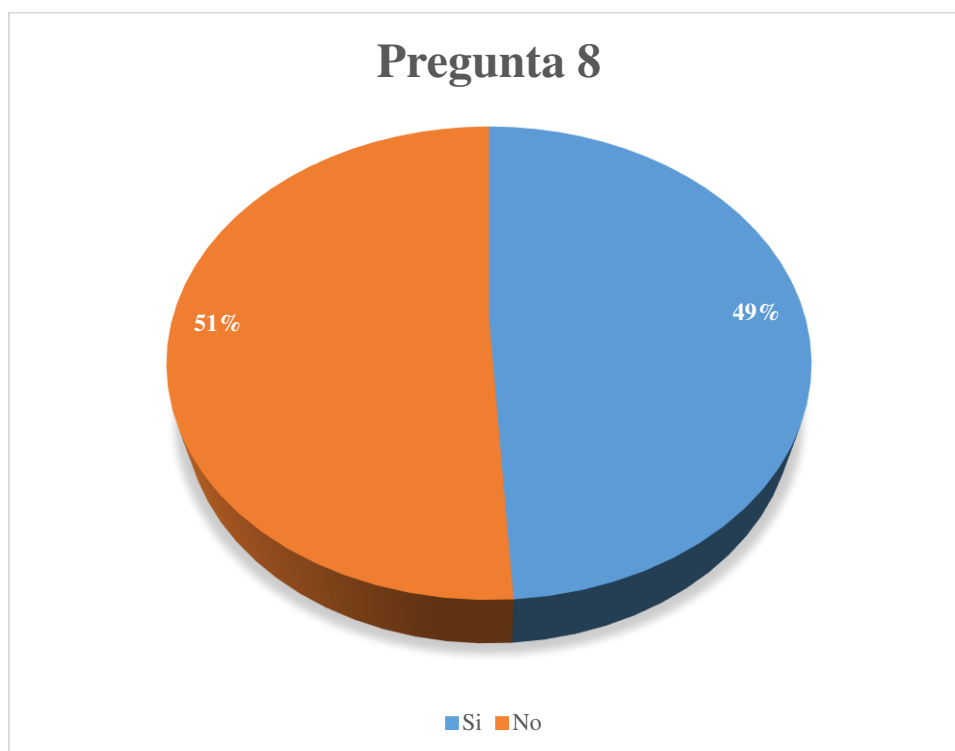
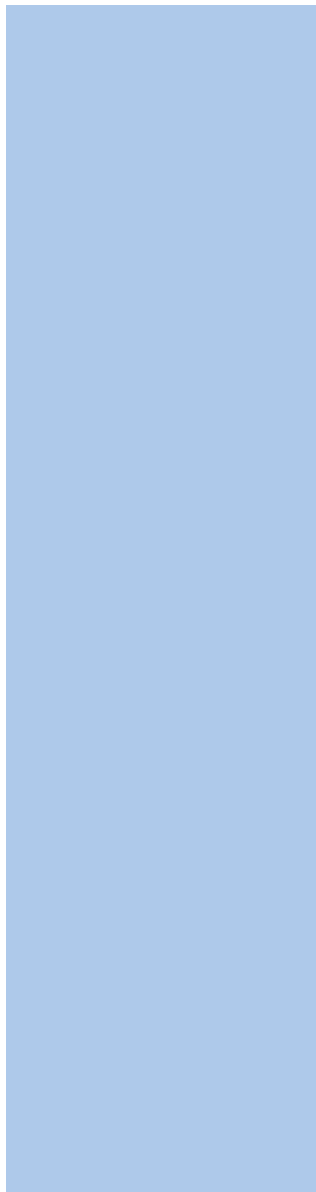


Gráfico 10-3: Pregunta 8

### **Análisis Descriptivo:**

Con este estudio determinamos que la población encuestada tiene poco conocimiento sobre el nivel histórico del Barrio Las Peñas, lo que se podría rescatar por medio de una estrategia de posicionamiento como un barrio creativo.



## **CAPÍTULO 4**

### **ANÁLISIS DEL ENTORNO**

## 4. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 4.1 DESIGN THINKING

Design Thinking es una ingeniosa metodología, cuya idea surgió en de una de las mentes más brillantes de la Escuela de Ingeniería de Stanford University, quien también fue el creador de la Consultora IDEO. El profesor Tim Brown se encargó de conceptualizar y publicar el Design Thinking en Harvard Business en el 2008; esta disciplina se trata de un innovador modelo de negocios que ha tenido y está teniendo mayor cabida en las agencias, dado que aquellas que lo han utilizado han experimentado un mayor crecimiento.

Por lo que podemos definir que el Design thinking es un enfoque para la innovación que está centrado principalmente en las personas y utiliza herramientas del diseño para integrar sus necesidades, las posibilidades de la tecnología y requerimientos para llegar a conseguir el éxito.

Imagen 15-3: Design Thinking. Recuperado de: [modelosdenegociosmart.com](http://modelosdenegociosmart.com)



Se llevará a cabo esta metodología de pensamiento del diseño, para encontrar una solución a nuestro problema de una manera práctica e innovadora, teniendo en cuenta como fuente principal la creatividad para la generación de ideas, centrándonos en los gustos y preferencias de las personas para obtener un concepto y una propuesta de diseño y así crear una estrategia que permita posicionar al Barrio Las Peñas como “Barrio Creativo de la ciudad de Guayaquil”.

## 4.2 SATURAR DE INFORMACIÓN Y AGRUPAR

Es una herramienta para desarrollar el método de Design Thinking que consiste en colocar ideas y pensamientos relacionados al proyecto, formando un espacio saturado. Posteriormente se agrupan los resultados obtenidos para obtener temas en común que busquen desarrollar la conceptualización, a fin de encontrar una solución más creativa e innovadora en el proceso del diseño.

El Barrio Las Peñas está posicionado como un lugar turístico con ambiente colonial y al utilizar la herramienta “saturar y agrupar” se busca obtener sus elementos más representativos para crear una marca que lo identifique.

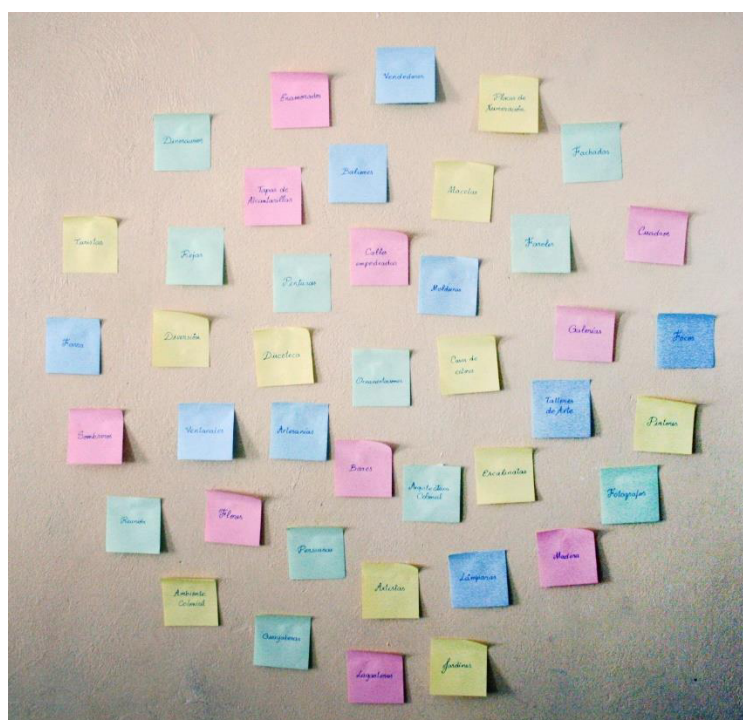


Imagen 16-3: Herramienta saturar

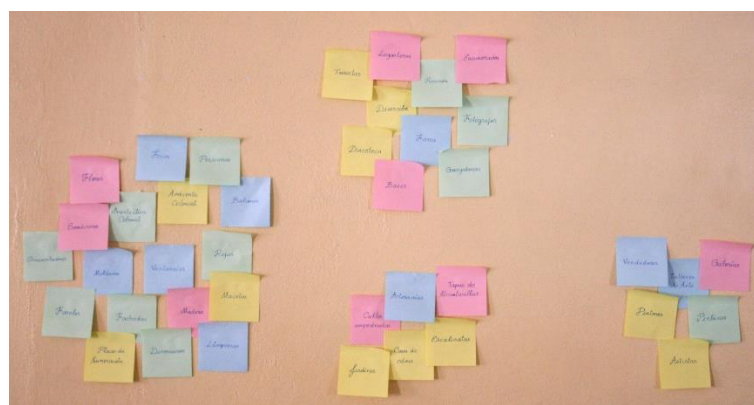


Imagen 17-3: Herramienta agrupar

## 4.2 ANÁLISIS FODA

El FODA es una herramienta que nos ayuda a realizar un diagnóstico de la situación en un momento determinado de un proyecto, se busca conocer aspectos internos como fortalezas/debilidades y los aspectos externos como oportunidades/amenazas; además conlleva a concretar el desarrollo de la estrategia de posicionamiento de una marca.

A continuación se detalla el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas detrás del proyecto de posicionamiento del Barrio Las Peñas.

Tabla 19-3: Análisis FODA

| FODA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INTERNOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | EXTERNOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fué declarado como Patrimonio Cultural de la Nación.</li> <li>- El Barrio Las Peñas es conocido como atractivo turístico.</li> <li>- Posee galerías y talleres de arte en los cuales los distinguidos artistas exponen sus obras.</li> <li>- Cuenta con espacios de entretenimiento como: bares y discotecas.</li> </ul>                                                      | <p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La Instalación de más locales comerciales tales como: Restaurantes, tiendas artesanales, centros de Belleza y Moda, Talleres de Diseño e Ilustración.</li> <li>- Mantener el constante apoyo del Ministerio de Cultura, para fomentar el aumento de actividades de nivel cultural.</li> </ul>                                 |
| <p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En la actualidad hay casas que se encuentran deshabitadas y son espacios desaprovechados.</li> <li>- Nivel socioeconómico es alto, y el costo de arriendo es muy elevado para los comerciantes.</li> <li>- Sólo se realizan actividades en las fiestas de Guayaquil.</li> <li>- Escasez de guías turísticos especializados.</li> <li>- Posee muy poca publicidad.</li> </ul> | <p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al carecer de mas lugares de entretenimiento los turistas pueden optar por visitar otros lugares turísticos aparte de las peñas.</li> <li>- Que se realice más inversión en otro barrio o zona que no sea las Peñas.</li> <li>- Tener poca difusión por parte de los medios debido a la poca realización de actividades</li> </ul> |

### 4.3 STAKEHOLDERS

Es un concepto creado por R. Edward Freeman<sup>3</sup>, en el que se definen a todas las personas o entidades que pueden afectar o verse afectados por los objetivos o decisiones dentro de un proyecto. En el proceso investigativo de la propuesta de posicionamiento se detectó a dos grupos beneficiarios y se los categorizó de la siguiente manera: los comerciantes y habitantes del barrio Las Peñas como las partes interesadas internas, mientras que los turistas, proveedores, instituciones públicas y las alianzas estratégicas conforman a las partes interesadas externas.

Tabla 20-4: Matriz de Stakeholders



<sup>3</sup> R. Edward Freeman (1984), filósofo americano y profesor de administración de empresas en Darden School de la universidad de Virginia.

## **4.4 DISEÑO DE LA PROPUESTA**

A través de las encuestas realizadas al tamaño de la muestra del presente proyecto, se obtuvo como resultado que el Barrio Las Peñas está posicionado en la mente de los visitantes por su magnífica arquitectura colonial neoclásica.

Al hacer uso de la metodología innovadora de “Design Thinking” y llevar a cabo la lluvia de ideas, surgieron ciertos aspectos que fueron fundamentales al estructurar la herramienta “Saturar” y posteriormente se “Agruparon” bajo conceptos que reúnan características similares.

Para llevar a cabo la propuesta de posicionamiento del Barrio Las Peñas como barrio creativo de la ciudad de Guayaquil, se ha desarrollado una línea estratégica de diseño, descrita a continuación.

### **4.4.1 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

- Elaborar una propuesta de Marca para el Barrio Las Peñas, a fin de que se pueda reconocer y distinguir de los demás sitios turísticos de la ciudad de Guayaquil.
- Definir una propuesta de diseño de página web y redes sociales para el Barrio Las Peñas, donde pueda darse a conocer todas las actividades que se llevan a cabo en el sector.
- Identificar nuevas actividades, sitios comerciales o de aspecto cultural, creativo, artístico o de entretenimiento que se puedan proponer para el Barrio Las Peñas.

### **4.4.2 ANTECEDENTES**

La arquitectura, historia y cultura que encierra el Barrio Las Peñas, hacen de él uno de los más importantes dentro de la ciudad guayaquileña. Conjuntamente dentro del barrio, se desarrollan actividades comerciales y artísticas que buscan el progreso de la zona, se pueden apreciar distintos escenarios como restaurantes, hoteles, lugares de ocio y entretenimiento, teatro, galerías, exposiciones de fotografía y diseño de accesorios, entre otros; convirtiéndolo en un punto turístico más atractivo.

Mediante un proceso de análisis de los casos de estudio de barrios creativos (Barrio La Boca, Barrio La Ronda y Soho, Barrio De Las Artes), se obtuvo como resultado que en dichos sectores se realizan actividades similares a las del Barrio Las Peñas; por lo tanto, la creación de una marca – barrio creativo ocupa un papel clave al momento de agrupar todas las características y actividades que se desarrollan en un sector para que alcance un nivel de posicionamiento en la mente de los visitantes.

#### **4.4.3 CONCEPTO DE LA PROPUESTA**

El concepto se basa en la integración de los elementos arquitectónicos y decorativos que destacan en las fachadas de las casas del Barrio Las Peñas, siendo los balcones, ventanas y faroles los de mayor recordación en los visitantes locales y extranjeros.

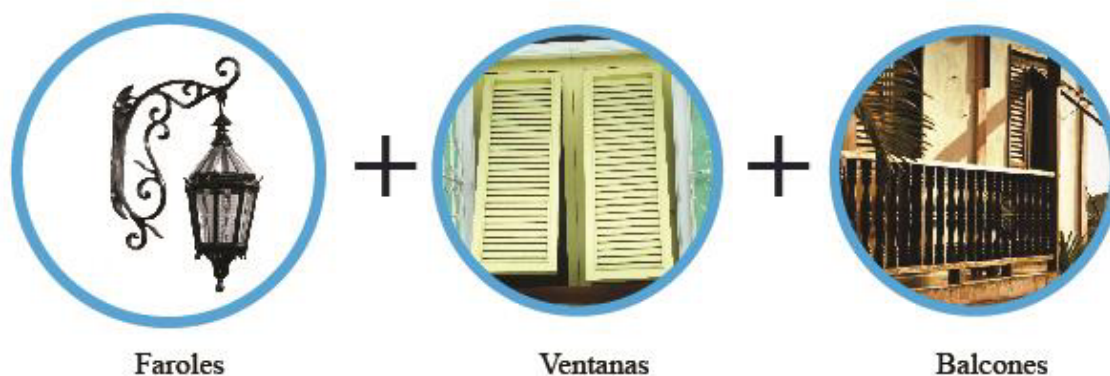


Imagen 18-4: Concepto de la propuesta

La construcción de la marca del Barrio Las Peñas está compuesto por un ícono, basado en la conceptualización, simplificación e integración de formas artesanales de faroles, ventanas y balcones coloniales; mientras que su logotipo describe “BARRIO LAS PEÑAS” con la tipografía GRENDAL BOLD.

La unión del ícono y el logotipo en nuestra propuesta de marca, nos dará como resultado un Isólogo, dado a que sólo funcionan conjuntamente; con esto se busca fortalecer el concepto que se lleva a cabo, dejando en claro que todos estos atributos destacan y encierran este emblemático barrio.



Imagen 19-4: Construcción de la marca Barrio Las Peñas

#### 4.4.4 ÁREA DE SEGURIDAD Y REDUCTIBILIDAD

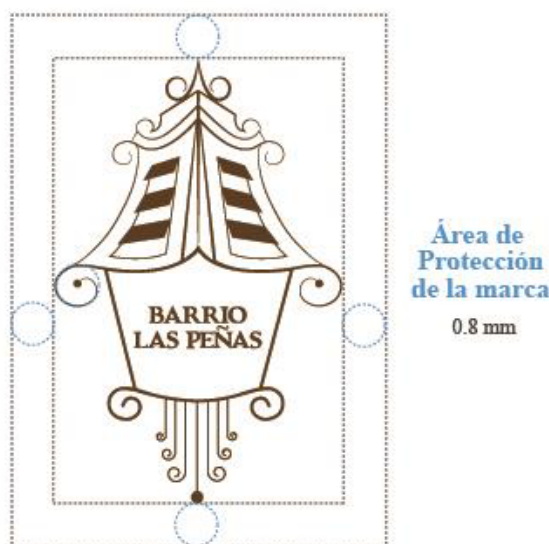


Imagen 20-4: Área de protección de la marca

Se ha establecido un área de protección al isologo, que busque una óptima aplicación y percepción del mismo en todos los soportes y formatos. El área de protección es igual al tamaño de uno de los elementos decorativos del ícono, 0,8mm. El tamaño mínimo al que el isologo puede ser reproducido es a 10 mm de ancho.



Imagen 21-4: Tamaño mínimo de la marca

## 4.4.5 MODULACIÓN

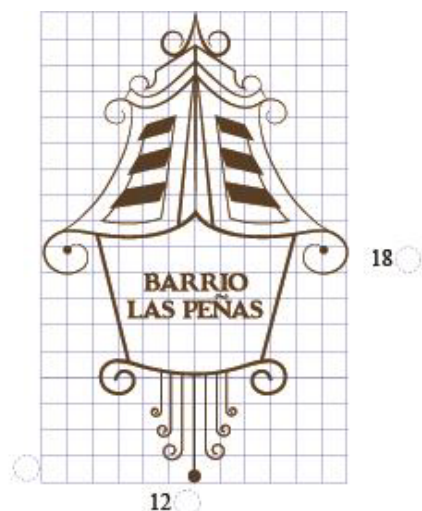


Imagen 22-4: Modulación de la marca

El isologo del Barrio Las Peñas se ha trazado en un módulo de proporciones de 18x12 O. El valor “O” establece la unidad de medida. De esta manera, buscamos asegurar la correcta proporción de la marca los diferentes tipos de soporte y medidas.

## 4.4.6 TIPOGRAFÍA

La tipografía corporativa es Grendel Bold. Será utilizada en todas las artes realizadas para el Barrio Las Peñas por los estudios o agencias de diseño. Cuando no sea posible su utilización, se empleará la tipografía secundaria.

## GRENDOL BOLD

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz

0123456789 (.,;:&%€)

Imagen 23-4: Tipografía Grendel Bold

Las aplicaciones que no permitan la utilización de la tipografía corporativa, utilizará la tipografía secundaria Calibri.

## CALIBRI

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz

0123456789 (.,;:&%€)

## CALIBRI

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz

0123456789 (.,;:&%€)

Imagen 24-4: Tipografía secundaria Calibri

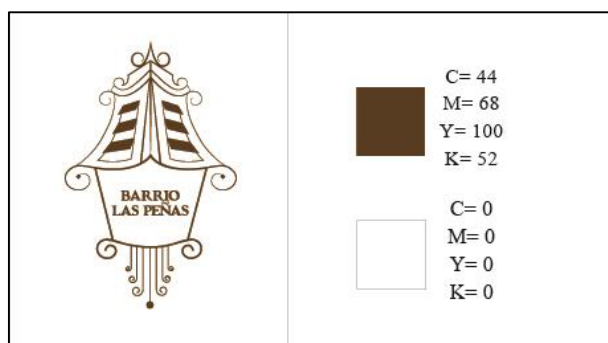
**4.4.7 VARIACIÓN DE COLORES PERMITIDOS**

Imagen 25-4: Isologo en su versión principal

Los colores definen las características que busca transmitir la marca del Barrio Las Peñas. Se debe mantener sus variaciones, dependiendo del color del soporte a utilizar. Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal.

Para los medios digitales, de preferencia se utilizará el isologo creado sobre una figura con transparencia y sólo se utilizarán fotografías del Barrio Las Peñas, de la siguiente manera:



Imagen 26-4: Variación de colores para medios digitales

Para los medios impresos o bordados, se utilizará el isologo sobre las siguientes variaciones de tonalidades:



Imagen 27-4: Variaciones de tonalidades

#### 4.4.8 RESTRICCIONES DE FORMA

Se deben evitar los usos no correctos, ya que el isologo tiene unas medidas y proporciones relativas a fin de preservar la correcta imagen del Barrio Las Peñas.



No estirar ni distorcionar el logo

No modificar la ubicación de los elementos de la marca

Imagen 28-4: Restricciones de forma

#### **4.4.9 RESTRICCIONES DE COLOR**

Los colores mal empleados para el fondo no permiten apreciar ni distinguir la marca.



Imagen 29-4: Restricción de color

#### **4.4.10 APLICACIONES**

La marca Barrio Las Peñas busca llegar a ser un instrumento de diferenciación, por ello se presenta ante los turistas en elementos en los que se hace tangible el posicionamiento.



Imagen 30-4: Aplicación del isotipo en camisetas para los guías turísticos

Para obtener una imagen eficaz del Barrio Las Peñas, se optó por una estrategia de comunicación online, donde se utilizarán los distintos canales de comunicación digital, se propone iniciar en las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram a fin de generar información, videos, fotografías que serán generadas dentro del barrio, para promover la participación del público objetivo.



Imagen 31-4: Red Social Facebook



Imagen 32-4: Red Social Instagram



Imagen 33-4: Red social Twitter

De la misma manera, se propone crear un sitio web del Barrio Las Peñas para informar a los visitantes y dar a conocer, mediante la gestión de calendarios informativos, todas las actividades que ofrece este emblemático sector. El sitio web estará compuesto por las siguientes páginas:

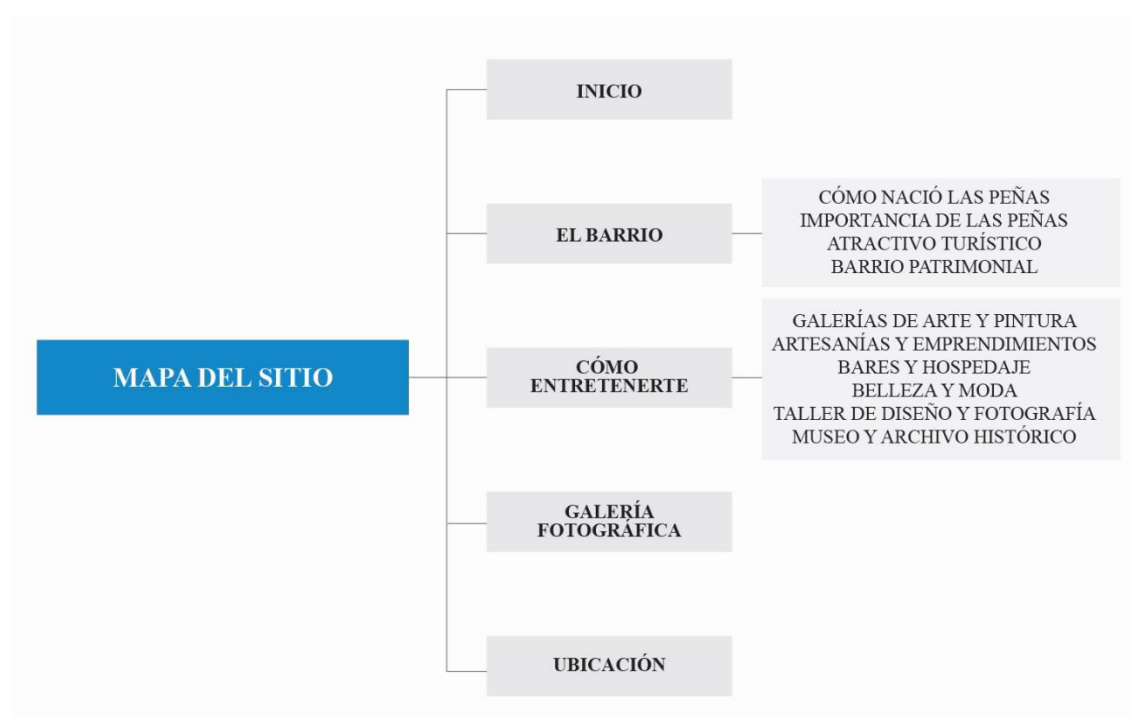


Gráfico 11-4: Mapa del Sitio Web del Barrio Las Peñas

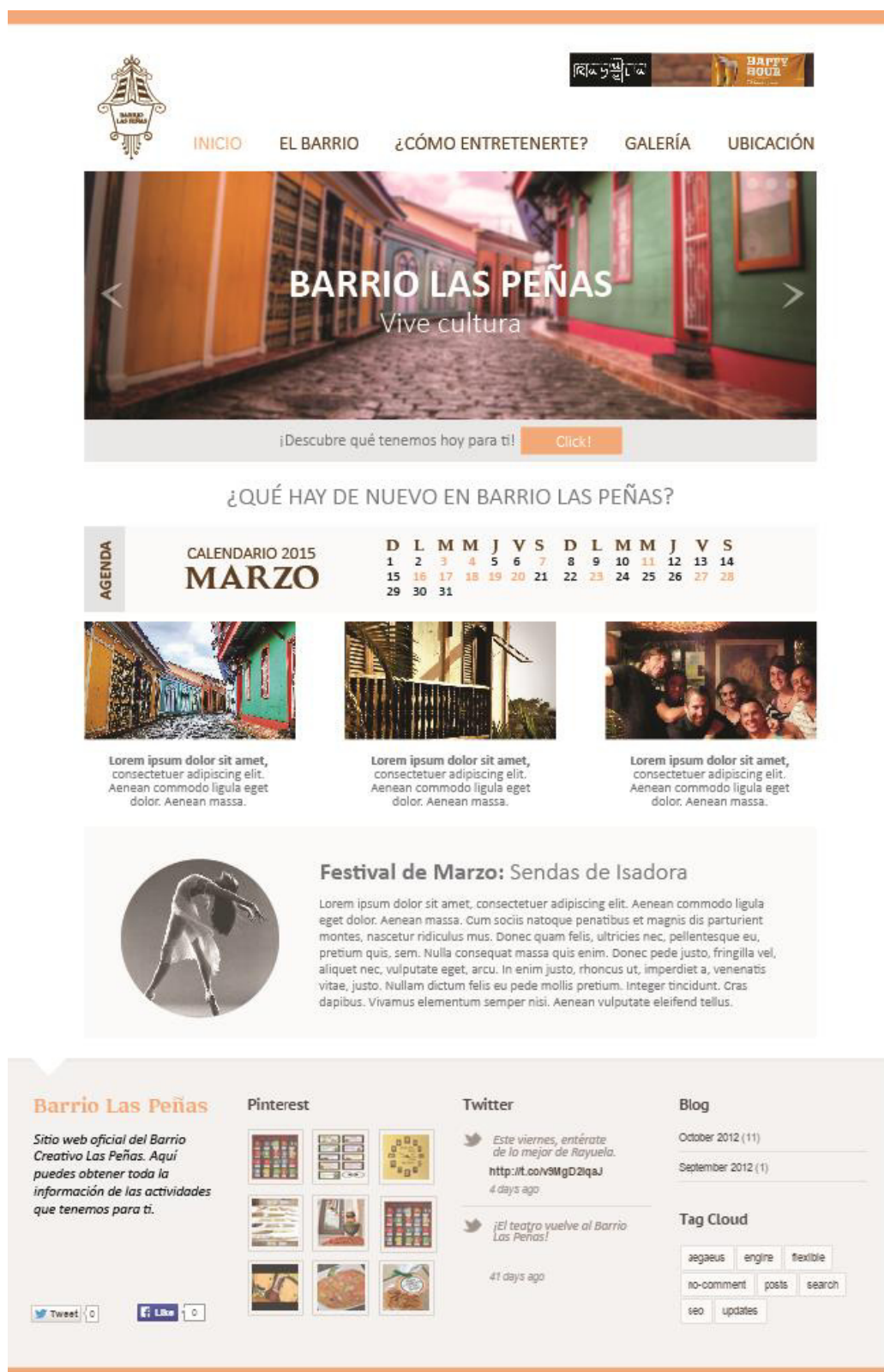


Imagen 34-4: Página principal. Sitio Web Barrio Las Peñas

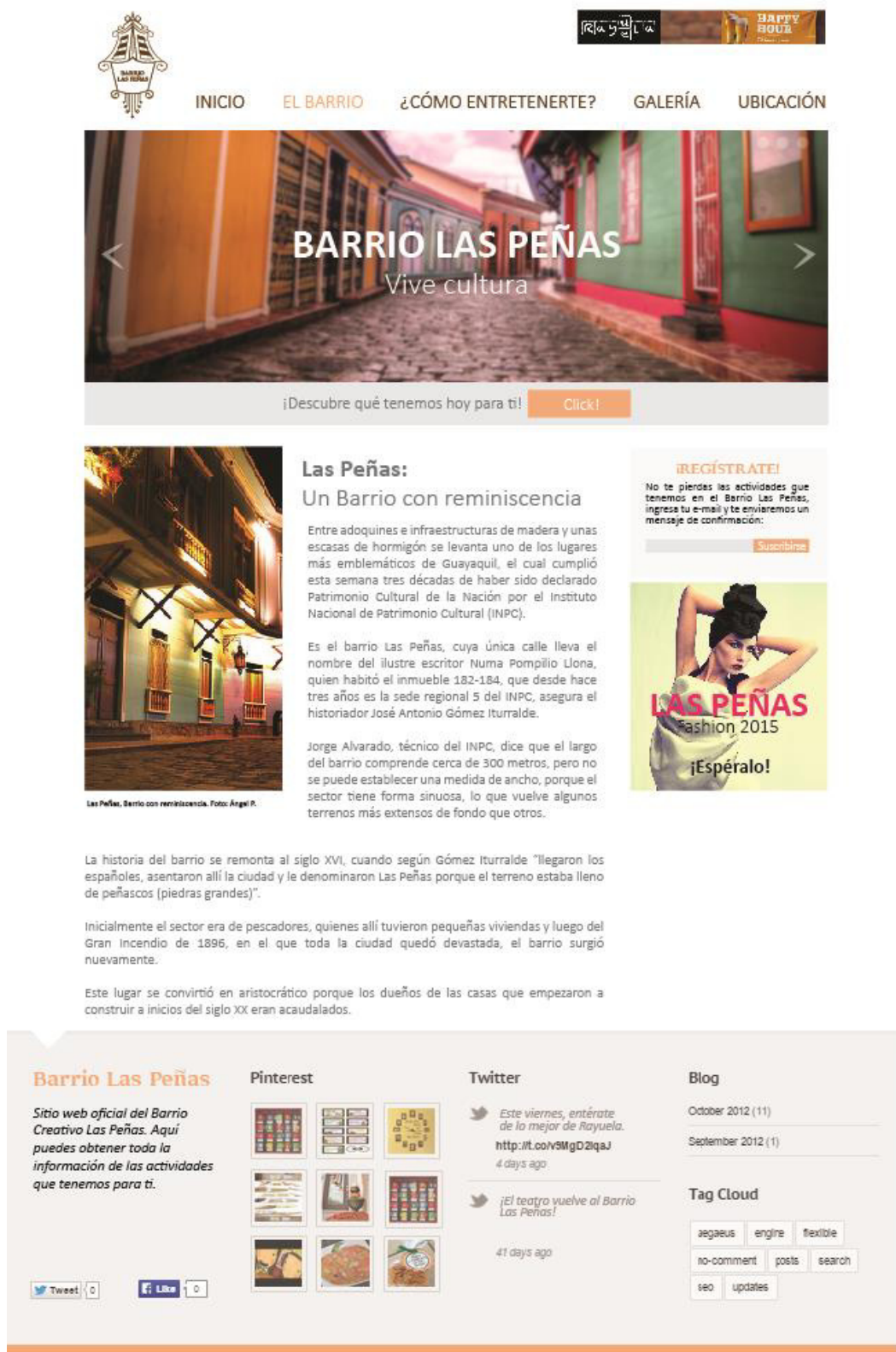


Imagen 35-4: Página El Barrio. Sitio Web Barrio Las Peñas

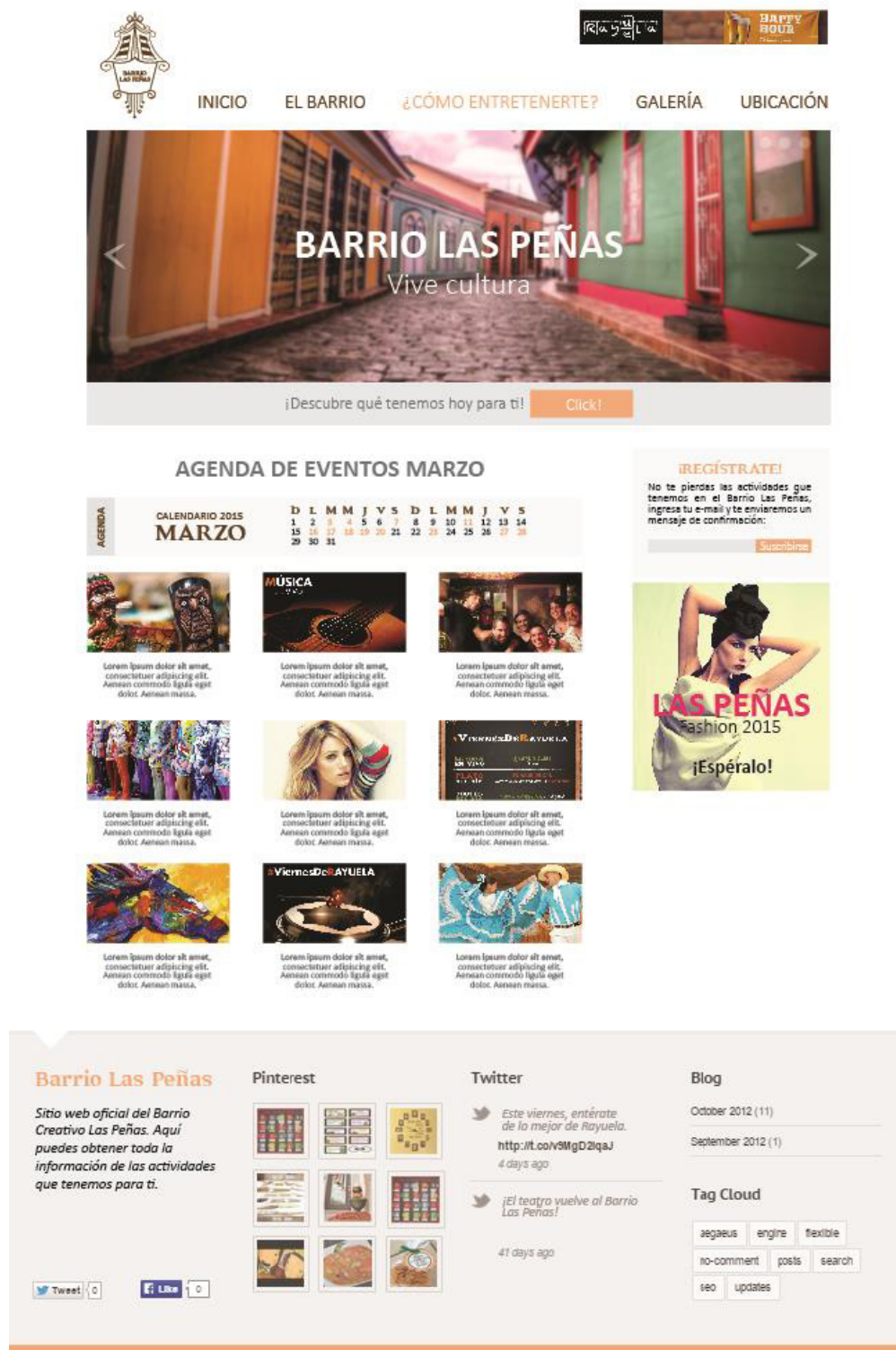
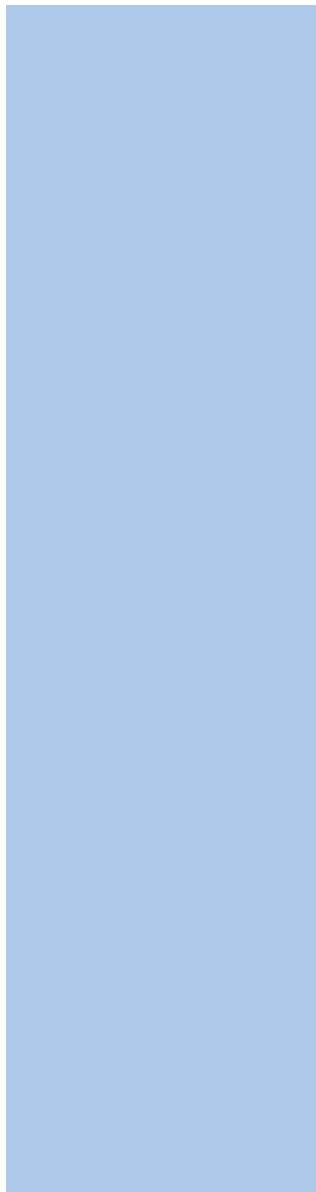


Imagen 36-4: Página ¿Cómo entretenerme?. Sitio Web Barrio Las Peñas



## **CAPÍTULO 5**

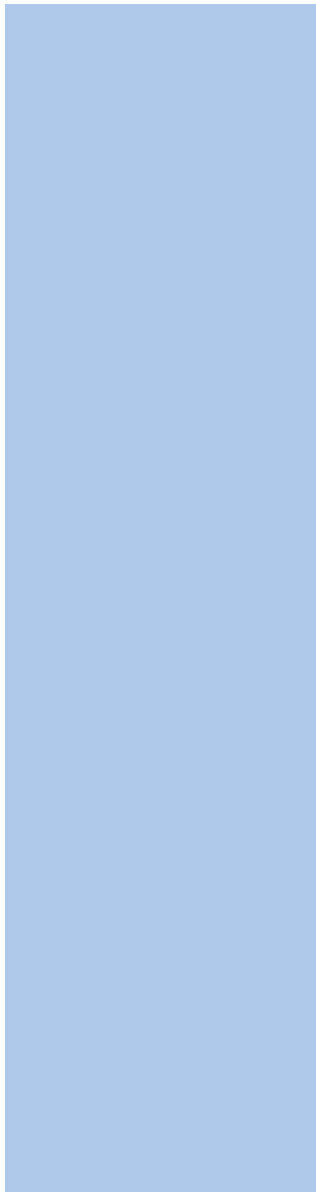
### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

De acuerdo a la información recolectada y analizada, según el método de investigación que se llevó a cabo, se puede concluir que el Barrio Las Peñas es reconocido por ser un lugar turístico y patrimonial pero carece de identidad y de recordación, ya que los turistas reciben poca información sobre las actividades que se realizan en el sector. Esto conlleva a que el barrio Las Peñas vaya perdiendo recurrencia, en lugar de explotar el potencial que tiene.

Ciertamente, proponerlo como un barrio creativo de la ciudad de Guayaquil implica un mayor apoyo por parte de las autoridades competentes hacia los sectores comerciales, turísticos y creativos a fin de buscar nuevas tendencias hacia la innovación para la correcta consolidación de nuevos negocios que busquen las mejoras del barrio. El emprendimiento es una actividad que se podría desarrollar a fin de generar mejores oportunidades dentro del sector, aprovechando de esta manera los espacios zonales sin actividad alguna como los solares vacíos o fachadas.

Como recomendación, se propone la creación de la marca como instrumento estratégico de diferenciación para promover campañas de difusión por medio de los canales de comunicación tradicionales y no tradicionales, a fin de posicionar al barrio Las Peñas en la mente de los turistas como un barrio creativo, ya que posee el potencial que tienen otros barrios a nivel internacional que han sido nombrados creativos. Se recomienda también que el realizar una adecuación en el entorno urbano como la iluminación, parqueaderos, señalética, entre otros, es un factor importante para la potencialización de la actividad.



## **CAPÍTULO 6**

### **ANEXOS**

## 6.1 PRUEBA PILOTO

Se realiza la prueba piloto con el siguiente cuestionario.

ESPOL

EDCOM - ESCUELA DE DISEÑO  
COMUNICACIÓN VISUAL  
"Diseño y Sistemas tecnológicos integrados"

**ENCUESTA SOBRE EL NIVEL DE POSICIONAMIENTO DEL BARRIO LAS PEÑAS**

Está invitado a llenar el siguiente formulario, que tiene como objetivo obtener información sobre el nivel de posicionamiento del Barrio Las Peñas en los habitantes y turistas en la ciudad de Guayaquil.

Marque con una X la opción que escoja.

|                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Sexo:</b><br><br><input type="checkbox"/> Hombre<br><input checked="" type="checkbox"/> Mujer | <b>Su rango de edad es:</b><br><br><input checked="" type="checkbox"/> 18 - 25<br><input type="checkbox"/> 26 - 30<br><input type="checkbox"/> 31 - 35<br><input type="checkbox"/> 36 - 40<br><input type="checkbox"/> 41 en adelante |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**1. ¿Ha visitado el Barrio Las Peñas?**

☒ Sí ☐ No

**2. ¿Hace cuánto tiempo visitó el Barrio Las Peñas?**

☒ Hace 1 mes.  
☐ Hace 3 meses.  
☐ Hace 6 meses.  
☐ Hace 9 meses.  
☐ Hace 12 meses.  
☐ Hace más de 12 meses.

**3. ¿Con quién visitó el Barrio Las Peñas?**

☐ Sólo (a).  
☒ En Pareja.  
☐ Con familiares.  
☐ Con amigos.  
☐ Con otros turistas.

**4. ¿Por qué motivo visitó el Barrio Las Peñas?**

☐ Arte y Cultura.  
☐ Lugares de ocio y entretenimiento.  
☐ Por excursión programada.  
☐ Visitas a familiares.  
☐ Por ejercicio.  
☒ Por paseo.  
☐ Otro \_\_\_\_\_.

**5. ¿Tiene conocimiento sobre las actividades que se realizan en el Barrio Las Peñas?**

Sin conocimiento

Tengo conocimiento

1 ☐ 2 ☒ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

  EDCOM ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL  
"Diseño y Sistemas Tecnológicamente Integrados"

6. Mediante qué medio se ha enterado sobre las actividades que se realizan en el Barrio Las Peñas.

☒ Programas de televisión.  
☐ Radio.  
☐ Redes sociales.  
☐ Página web.  
☐ Ninguno.  
☐ Otro \_\_\_\_\_.

7. ¿Cómo identificaría usted al Barrio Las Peñas?

☒ Infraestructura.  
☐ Adoquines.  
☐ Galerías de arte.  
☐ Diseño exterior (colores de fachada, etc).  
☐ Artesanías.  
☐ Otro \_\_\_\_\_.

8. Valore del 1 al 10 su opinión sobre el Barrio Las Peñas como destino turístico de Guayaquil.

\_\_\_1\_\_\_ \_\_\_2\_\_\_ \_\_\_3\_\_\_ \_\_\_4\_\_\_ \_\_\_5\_\_\_ \_\_\_6\_\_\_ \_\_\_7\_\_\_ ☒8\_\_\_ \_\_\_9\_\_\_ \_\_\_10\_\_\_

MUCHAS GRACIAS POR LA ATENCIÓN PRESTADA.

## **6.2 CONCLUSIONES DE PRUEBA PILOTO 1**

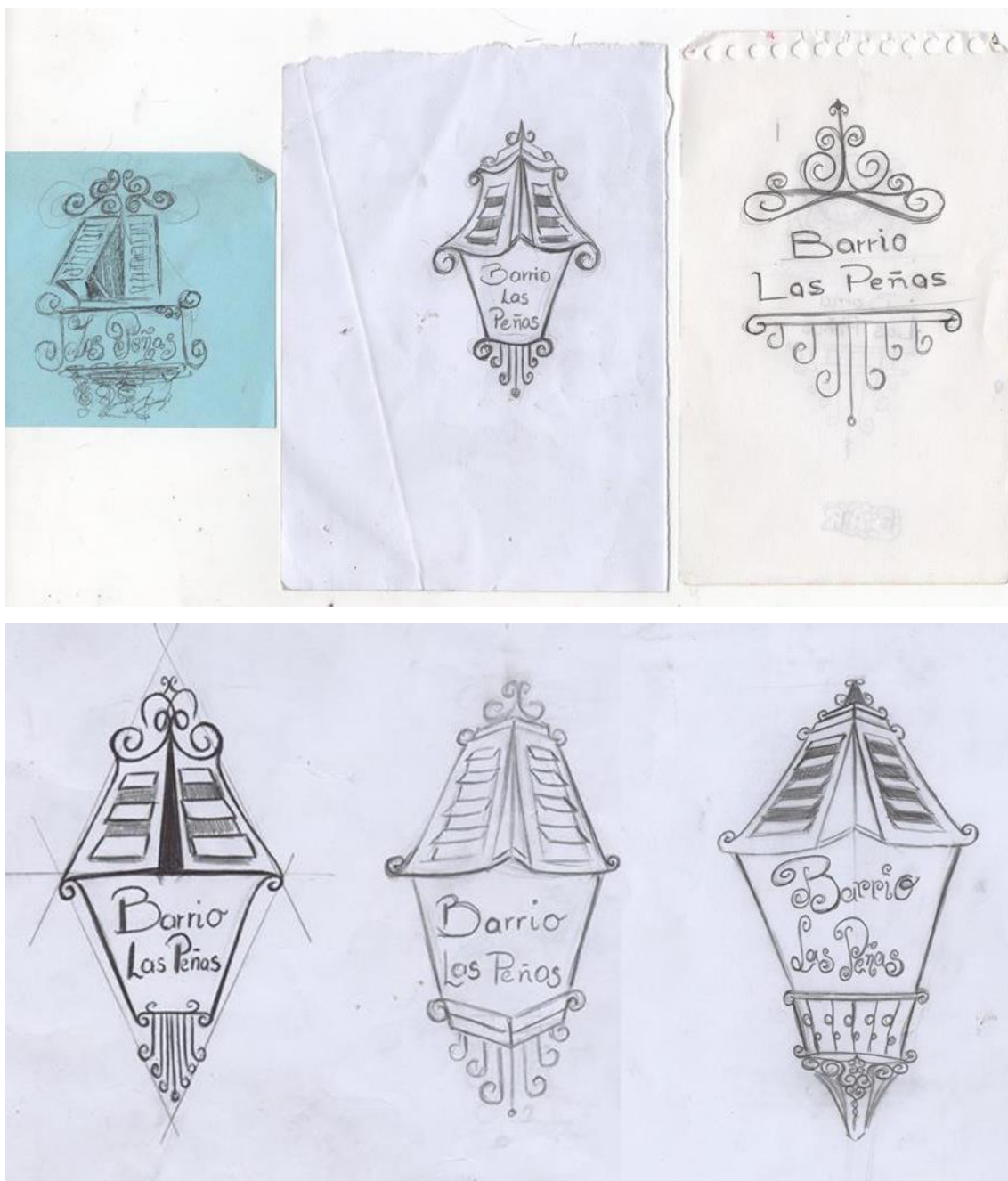
Se ha considerado las propuestas de los encuestados en la anterior prueba piloto, con el fin de mejorar el cuestionario para una mayor comprensión. Se ha añadido la institución en el encabezado y se ha eliminado la pregunta 1, ya que nuestros encuestados serán solamente aquellos que han visitado el Barrio Las Peñas; en la pregunta 4, se añadió la opción de “actividades laborales”; se modificó la pregunta 6 para una mayor comprensión y se cambió la opción de “página web” por “prensa escrita”.

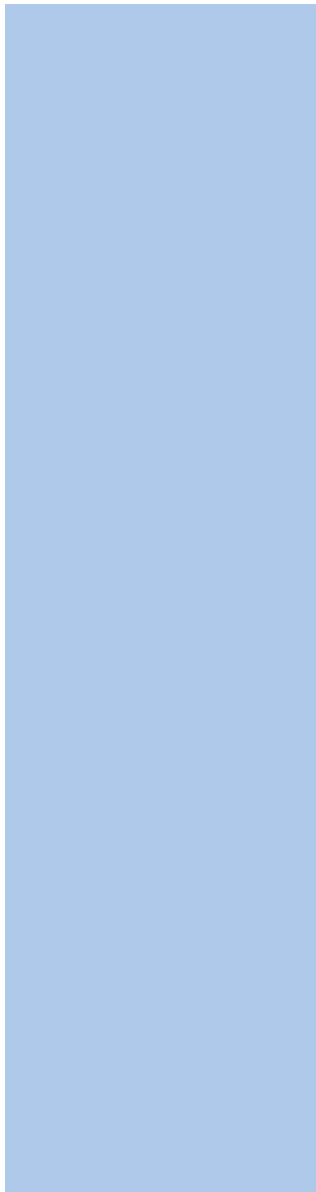
Se incluyó una pregunta para obtener los datos de las variables que se solicitan en el componente 3, a fin de verificar los gustos y las preferencias de los turistas nacionales y extranjeros al momento de visitar una zona turística de Guayaquil.

Así mismo, se modificaron las opciones de la pregunta 7, con el objetivo de que el encuestado pueda definir mejor su respuesta y finalmente se cambió la pregunta 8, con el propósito de obtener los datos de las variables que se requieren en el componente 1 para medir los conocimientos de los encuestados sobre los datos históricos del Barrio Las Peñas.

### **6.3 BOCETOS DE MARCA BARRIO LAS PEÑAS**

A continuación se detallan los bocetos propuestos durante el proceso de conceptualización, a fin de obtener la marca Barrio Las Peñas.





## **CAPÍTULO 7**

### **BIBLIOGRAFÍA**

## 7. BIBLIOGRAFÍA

### B

Buenos Aires Ciudad. (2015). *La Boca*. Recuperado de:  
<http://www.turismo.buenosaires.gob.ar/es/autoguiado/la-boca>

### D

Diario Turístico. (2015). *Ciudades latinoamericanas, los barrios más bonitos que no puedes perderte visitar*. Recuperado de: <http://www.trafficnews.ec/ciudades-latinoamericanas-barrios-mas-bonitos/>

### E

Enviajes. (2014). *Los 17 barrios más bonitos de Latinoamérica*. Recuperado de:  
<http://enviajes.cl/los-17-barrios-mas-bonitos-de-latinoamerica/>

### G

Guayaquil Siglo XXI. (2015). Recuperado de <http://guayaquilsigloxxi.org/>

### I

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2015). Recuperado de:  
<http://www.inpc.gob.ec/>

### M

Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2015). Recuperado de:  
<http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/>

Ministerio de Turismo. (2015). Recuperado de: <http://www.turismo.gob.ec/>

Municipalidad de Guayaquil. (2015). Recuperado de: <http://www.guayaquil.gob.ec/>

My Madness Revista cultural. (2014). *El Soho de Málaga, un barrio para el arte*.  
Recuperado de: <http://www.mymadness.es/el-soho-de-malaga-un-barrio-para-el-arte/>

### Q

Quito (2015). *La Ronda*. Recuperado de: <http://www.quito.com.ec/que-visitar/centro-historico/la-ronda>

### S

Soho Málaga El Barrio de las Artes (2015). Recuperado de: <http://www.sohomlg.com/>