

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA ESTUDIOS ECONOMÍA
CONVOCATORIA 2008-2010**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ECONOMÍA CON
MENCION EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**CENTRO HISTÓRICO DE QUITO. POTENCIALIDADES DE UN DISTRITO
CULTURAL**

CRISTINA ALEJANDRA BURGOS DÁVILA

OCTUBRE 2010

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR
PROGRAMA ESTUDIOS DE ECONOMÍA
CONVOCATORIA 2008-2010**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN ECONOMÍA CON
MENCION EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**CENTRO HISTÓRICO DE QUITO. POTENCIALIDADES DE UN DISTRITO
CULTURAL**

CRISTINA ALEJANDRA BURGOS DÁVILA

ASESOR DE TESIS: HUGO JÁCOME ESTRELLA

LECTORES: MARCO CÓRDOVA MONTÚFAR

MARÍA TERESA ORDUÑA

QUITO, OCTUBRE 2010

DEDICATORIA

A mi familia, pilar fundamental de mi vida

INDICE

RESUMEN	6
CAPÍTULO I. LA ECONOMÍA DE LA CREATIVIDAD	8
Definición Economía de la Creatividad.....	10
<i>Definición Gobierno de Gran Bretaña.....</i>	11
<i>Definición Banco Interamericano de Desarrollo.....</i>	14
<i>Definición Allen J. Scott.....</i>	16
<i>Definición Naciones Unidas.....</i>	18
Aportes de las industrias creativas a los objetivos del milenio.....	20
Mercado mundial de las industrias creativas.	21
Mercado Latinoamericano de las industrias creativas.	24
<i>Editorial</i>	24
<i>Audiovisuales</i>	24
<i>La industria discográfica</i>	25
<i>Multimedia</i>	26
<i>Artes escénicas y visuales</i>	26
<i>Turismo Cultural.....</i>	27
CAPITULO II. QUITO PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD.....	28
Desarrollo urbano de Centro Histórico de Quito	28
Rehabilitación del patrimonio cultural del Centro Histórico de Quito.....	29
Demanda y oferta cultural del Centro Histórico de Quito.	31
<i>Estudio del Centro Histórico frente al consumo de la cultura y el entretenimiento.</i> <i>Rivas & Herrera – abril 2007.</i>	31
<i>Estudio de percepciones de la ciudadanía sobre el Centro Histórico de Quito.</i> <i>Hexagon Consultores Cia. Ltda - febrero 2009.</i>	34
<i>Composición de la oferta cultural en el Centro Histórico de Quito. Hexagon</i> <i>Consultores Cia Ltda – diciembre 2009.</i>	35
<i>Principales aportes de los tres estudios descritos</i>	37
Identificación de estructuración de distritos culturales. Metodología CAEH.	38

CAPITULO III. ANÁLISIS CAEH DE LOS RECURSOS CULTURALES DE CENTRO HISTÓRICO DE QUITO.....	41
Identificación de los recursos culturales, tangibles e intangibles, del Centro Histórico de Quito.....	41
<i>Barrio Manosalvas</i>	41
<i>Barrio González Suárez</i>	50
<i>Barrio San Blas</i>	53
<i>Barrio San Marcos</i>	54
<i>Barrio La Loma</i>	56
<i>Barrio San Sebastián</i>	57
<i>Barrio de San Roque</i>	57
<i>Barrio La Merced</i>	59
<i>Barrio La Tola</i>	61
Mapas de geo-referenciación de los recursos culturales en el Centro Histórico de Quito.	61
Análisis de redes de trabajo de los recursos culturales tangibles e intangibles del CHQ.....	69
<i>Tipología sectorial de los negocios, en el contexto de las industrias culturales...</i>	70
<i>Possibilidad de establecer rendimientos a escala que permitan el ahorro de costos y gastos.....</i>	73
<i>Singularidad, o diferenciación, de los productos ofrecidos en relación con los competidores del mercado.</i>	76
<i>Participación y co-financiamiento empresarial</i>	79
<i>Potencialidad de encadenamiento</i>	80
Viabilidad de las redes identificadas de acuerdo a los parámetros planteados.....	82
CAPITULO IV. CONCLUSIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍA.....	88
ANEXO 1. TERRITORIO DE ANÁLISIS CENTRO HISTÓRICO DE QUITO.....	93

RESUMEN

La denominada Era del Conocimiento ha traído cambios en el papel que la cultura juega en la sociedad, es así que ahora se la percibe como un mecanismo generador de competitividad y diferenciación. En este sentido, nace el concepto de industrias culturales, las mismas que representan unidades que abarcan las actividades originadas a partir de la creatividad, destreza y talento humano, y que además son generadoras de beneficios sociales al ser intensivas en mano obra, amigables con el medio ambiente y que por su naturaleza promueven la innovación y generación de encadenamientos productivos.

Tomando como antecedente el valor patrimonial de la ciudad de Quito, representado principalmente por su Centro Histórico, el presente trabajo analiza la posibilidad de impulsar el casco colonial de la ciudad como un territorio en dónde se generen redes y encadenamientos productivos entorno al patrimonio y cultura inherente de la zona, es decir encadenamientos compuestos por las industrias culturales que actualmente se encuentran ubicadas en Centro Histórico de Quito.

La presente investigación tiene el objetivo de:

Analizar la posibilidad de aprovechar los recursos culturales ubicados en el Centro Histórico de Quito, conformando un distrito productivo cultural, que aporte al desarrollo socio – económico de la ciudad.

Consecuentemente, la hipótesis de investigación es:

El Centro Histórico de Quito representa un sector con alto contenido simbólico y cultural, en el cual se puede generar un proceso de construcción de redes y encadenamientos productivos, capaz de suscitar impactos positivos en la economía de la ciudad.

El documento tiene la siguiente estructura: Capítulo I contiene el planteamiento del problema así como las diferentes definiciones de las industrias culturales o economía de la creatividad así como datos que muestran el mercado mundial y latinoamericano de las industrias culturales.

El Capítulo II describe una breve reseña del desarrollo urbano de Centro Histórico de Quito, el proceso de rehabilitación del patrimonio cultural ubicado en el casco colonial de la ciudad y tres estudios que exponen la oferta y demanda cultural de

la zona. En el cierre de este capítulo se describe la metodología CAEH, cuya primera categoría - Recursos objetivos, visión y evaluación de su potencial- ha sido la utilizada para comprobarla hipótesis planteada.

En el Capítulo III se desarrolla la primera categoría CAEH la misma que incluye los siguientes apartados: 1) identificación y catalogación de los recursos tangibles e intangibles, 2) mapa de los recursos; y, 3) Análisis de las redes de trabajo aplicadas a los recursos.

CAPÍTULO I.

LA ECONOMÍA DE LA CREATIVIDAD

La llamada Era del Conocimiento representa un cambio en la estructura de la sociedad, al evolucionar de una economía industrial a una post industrial, en dónde las manufacturas han perdido valor -a causa de la disminución en los costos producción originada por los acelerados proceso de transformación tecnológica e informática-.

La Era del Conocimiento tiene como sistema económico el capitalismo, que se basa en la acumulación del capital que provee un consumo futuro y un beneficio posterior para los consumidores. Sin embargo, el consumo no se lo debe concebir como un acto netamente económico: existe todo un trasfondo social y cultural detrás del acto de compra, debido al contenido simbólico que posee el objeto adquirido. (Méndez Hernández, 2007).

Desde esta perspectiva se entiende al consumo como un proceso en el que los atributos intangibles asignan un significado a los objetos que se consumen. Es por esta razón que estos elementos son tan importantes, como los tangibles o físicos de lo que se está adquiriendo.

De esta manera, la cultura juega un papel importante en la cadena de valor así como en el desarrollo de la competitividad para la empresa, en la Era del conocimiento (Sacco, 2004). En una sociedad en la que el consumo no está estructurado en base a las necesidades básicas, sino que forma parte de la construcción de la identidad de las personas, la cultura juega el papel de productora de valor simbólico.

Existen diferentes niveles en los que la cultura representa un generador de competitividad: i) a través de la comunicación y el marketing, ii) por la construcción de una cultura organizacional y, iii) tomada como una estrategia de desarrollo (Sacco, 2004).

En el primer nivel la cultura es utilizada como un elemento comunicativo de la identidad de la marca. Para que la cultura presente el impacto esperado en el grupo objetivo debe existir una alineación entre la imagen de la marca y el elemento cultural utilizado (Sacco, 2004).

El segundo nivel constituye el papel preponderante que la cultura juega en la motivación y en el rendimiento de los empleados (Sacco, 2004). El éxito de una organización se encuentra vinculado a la productividad de su recurso humano. Muchas de las empresas consideradas como exitosas en el mercado se caracterizan por ser empleadores de primera calidad, que movilizan las competencias de sus colaboradores.

El tercer nivel aparece cuando la empresa utiliza la cultura como un elemento estratégico. Este nivel debe estar enmarcado para industrias específicas bajo condiciones ambientales particulares, en donde la identidad representa un valor agregado para el producto y el bien puede ser asociado con la historia o la tradición de un territorio. Al igual que el primer nivel, la utilización de la cultura tiene que ser coherente y creíble, esto se logra únicamente cuando la cultura representa la materia prima del valor añadido y el simbolismo del producto está sustentado en el sistema de alegorías, que constituyen la identidad del territorio (Sacco, 2004).

El éxito del tercer nivel se encuentra en relacionar los productos con el territorio, su oferta cultural y su patrimonio tangible e intangible. Para esto, se propone el desarrollo de un distrito productivo basado en la integración horizontal de los distintos actores económicos. En este sentido, el distrito es una vía para fomentar el desarrollo local, con una alta intensidad de valor simbólico añadido (Sacco y Pedrini, 2003).

La conformación de un distrito productivo se encuentra corroborada en el papel cada vez más preponderante que la cultura juega en el desarrollo por ejemplo de las actividades turísticas de una localidad. En el turismo existe de por sí un acercamiento y descubrimiento de los visitantes hacia la cultura receptora, contacto que se intensifica cuando se entiende al patrimonio, costumbres y actividades culturales como recursos que impulsa el dinamismo de este sector económico. En este sentido, la cultura representa una fuente de valor agregado a los productos y servicios turísticos de un territorio. (Toselli, 2003)

Es así que las tradiciones, costumbres, patrimonio, monumentos, gastronomía y expresiones artísticas originarias de una comunidad se las puede considerar como activos que apoyan el fomento económico de una población (Toselli, 2003). Algunas ciudades como: Méjico, Buenos Aires o Cali han impulsado el sector turístico a través del fomento de su capital cultural

Bajo esta misma línea se encuentra trazado el Plan Estratégico de Turismo de Quito, denominado Plan Q 2012, y administrado por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (Quito Turismo), que establece como objetivo la recepción de 1'800.000 turistas para el año 2012, lo cual representaría un ingreso de alrededor de US\$ 915'.800.000 para la ciudad; esto implica un mejoramiento importante en el dinamismo del sector tomando como referencia que en el año 2006 la ciudad recibió alrededor de 1'.184.000 turistas lo que generó un ingreso aproximado de US\$ 560'.500.000. (<<http://www.quito-turismo.gov.ec>>, 2010)

Dentro del plan se establece al Centro Histórico de Quito como uno de los lugares más destacados de la ciudad así como uno de los más visitados y recomendados tanto por turistas extranjeros, locales y operadoras de turismo. Es por esta razón que el centro colonial representa una de las seis propuestas básicas para la conceptualización de la estrategia. (<<http://www.quito-turismo.gov.ec>>, 2010)

En este sentido, la presente investigación tiene el objetivo de:

Analizar la posibilidad de aprovechar los recursos culturales ubicados en el Centro Histórico de Quito, conformando un distrito productivo cultural, que aporte al desarrollo socio – económico de la ciudad.

Consecuentemente, la hipótesis de investigación es:

El Centro Histórico de Quito representa un sector con alto contenido simbólico y cultural, en el cual se puede generar un proceso de construcción de redes y encadenamientos productivos, capaz de suscitar impactos positivos en la economía de la ciudad.

Definición Economía de la Creatividad.

El concepto de economía de la creatividad ha evolucionado a lo largo de los últimos treinta años.

En la década de los setenta se utilizó el término de “industria cultural” con el fin de conceptualizar la forma en que la economía absorbía el potencial creativo de los artistas, los cuales eran direccionados hacia fines netamente comerciales. Para la década de los ochenta se realizaron estudios en torno a la manera en que la cultura influencia en las elecciones de los consumidores. En los últimos tiempos las investigaciones se han centrado en el estudio de la “producción de la cultura”, tomando

en consideración que el ámbito de la industria de la creatividad no solo abarca las artes tradicionales (como la danza, pintura o música) sino todas aquellas expresiones que estén asociadas con el ámbito cultural, artístico o de entretenimiento. (Healy,2001).

Definición Gobierno de Gran Bretaña

Uno de los primeros estudios desarrollados en torno a la identificación de los sectores asociados a la economía creativa fue el documento *Creative Industries Mapping Document 1998*, elaborado por el Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Gobierno de Gran Bretaña. Aquí se definen a las industrias creativas como aquellas unidades económicas que abarcan todas las actividades originadas a partir de la creatividad, destreza y talento de los individuos; y que, además, tienen el potencial de generar plazas de trabajo y riqueza, a través de la explotación de la propiedad intelectual.

El documento agrupa éstas actividades en: publicidad, arquitectura, diseño, moda, cine, software de entretenimiento, artesanías, música, artes escénicas, editorial, Tv y radio. Para cada uno de estos sectores identifica las actividades centrales, las periféricas y las industrias relacionadas, obteniendo así la siguiente categorización:

CUADRO No.1
Clasificación Industrias Culturales
Creative Industries Mapping Document – Gobierno de Gran Bretaña

GRUPO	ACTIVIDADES CENTRALES	ACTIVIDADES RELACIONADAS	INDUSTRIAS RELACIONADAS	ACTIVIDADES PERIFÉRICAS
PUBLICIDAD	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investigación de consumidor 2. Manejo de planes de marketing 3. Segmentación de mercados 4. Creación de productos promocionales y campañas 5. Planificación de comunicaciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Producción de material promocional 2. Estudios creativos 3. Empresas vinculadas a la edición de materiales promocionales 4. Publicaciones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relaciones Públicas 2. Promoción 3. Marketing directo 4. Diseño 5. Comunicación 6. Investigación de mercados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Multimedia e internet 2. Consultoría de marketing 3. Exhibiciones
ARQUITECTURA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño de edificios 2. Planificación de obra 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño especializado (medio ambiental, estructural entreo otros) 2. Planificación urbana 3. Planificación y control de construcción 4. Conservación de edificios históricos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Construcción 2. Ingeniería estructural 3. Servicios relacionados a construcción 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudios de factibilidad 2. Manejo de proyectos 3. Monitoreo de ejecución de obra
ARTESANÍAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Textiles 2. Cerámica 3. Joyería y platería 4. Metal 5. Vidrio 	Herramientas, maquinaria y materias primas relacionadas con la actividad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño 2. Moda 3. Arte 4. Antigüedades 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Feria de Artesanías 2. Revistas de artesanías 3. Libros 4. Revistas
DISEÑO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consultoría en diseño 2. Diseño industrial 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Finas artes 2. Diseño gráfico 3. Diseño de modas 4. Diseño multimedia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relaciones públicas 2. Arquitectura 3. Consultoría entorno a la administración de empresas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Industria manufacturera 2. Desarrollo e investigación relacionados con la industria

GRUPO	ACTIVIDADES CENTRALES	ACTIVIDADES RELACIONADAS	INDUSTRIAS RELACIONADAS	ACTIVIDADES PERIFÉRICAS
MODA	<ol style="list-style-type: none"> Diseño de ropa Industria manufacturera de ropa para exhibiciones 	<ol style="list-style-type: none"> Publicación de revistas Educación en diseño Diseño gráfico Diseño de productos 	<ol style="list-style-type: none"> Textiles Producción de ropa Detallitas comercializadores de alta costura 	<ol style="list-style-type: none"> Fotografía de modas Cosmetología Estilismo Accesorios Permufería Modelaje
CINE	<ol style="list-style-type: none"> Guiones Distribución Exhibición 	<ol style="list-style-type: none"> Diseño y construcción de escenografías Catering Producción de equipos Fotografos Compañías productoras 	<ol style="list-style-type: none"> Producción de televisión Música (soundtrack) Publicidad Mercadeo 	<ol style="list-style-type: none"> Telecomunicaciones Video Distribución de cintas por internet Website de películas Juegos de computación Multimedia
SOTWARE DE ENTRETENIMIENTO	<ol style="list-style-type: none"> Desarrollo de software Publicaciones Distribución Comercio minorista 	<ol style="list-style-type: none"> Cine Industria del deporte Desarrollo de software no asociado al entretenimiento 	<ol style="list-style-type: none"> Desarrollo de otros tipos de software Instalaciones de internet 	<ol style="list-style-type: none"> Producción, distribución y comercialización de equipos de computación Producción y distribución de maquinas de juegos Mercadeo
SOFTWARE	<ol style="list-style-type: none"> Producción de software sistemas Integración de sistemas Help Desck 	<ol style="list-style-type: none"> Facilidades para administración Servicios Consultoría 	<ol style="list-style-type: none"> Consultoría Industria online Oferta de información 	<ol style="list-style-type: none"> Equipo de oficina Mantenimiento de hardware y software
MÚSICA	<ol style="list-style-type: none"> Presentaciones en vivo Producción y venta de música Administración de derechos de autor en composiciones y grabaciones 	<ol style="list-style-type: none"> Estudios de arte y creación Producción de equipos "hardware" de audio Producción y distribución de instrumentos musicales Compañías productoras Productoras de jingles Fotografía 	<ol style="list-style-type: none"> Prensa relacionada a la música Radio TV Cine Publicidad Teatro Danza 	<ol style="list-style-type: none"> Juegos relacionados a la música Venta de música por internet Multimedia
ARTES ESCÉNICAS	<ol style="list-style-type: none"> Puesta en escena Diseño y producción de vestuario Iluminación Música, danza y teatro Giras 	<ol style="list-style-type: none"> Turismo Restuarantes 	<ol style="list-style-type: none"> TV Radio Diseño Música Cine Publicaciones Efectos especiales 	<ol style="list-style-type: none"> Mercadeo Catering Sound track Publicaciones de programas
EDITORIAL	Producción de: libros, periodico, y revistas	<ol style="list-style-type: none"> TV Librerías y educación Investigación de mercados Consultoría en administración Investigación académica Contenidos de internet 	<ol style="list-style-type: none"> Software Computación Publicidad Comercio minorista 	<ol style="list-style-type: none"> Distribución Imprenta Acceso online Industria del papel Exhibiciones y conferencias
TV Y RADIO	<ol style="list-style-type: none"> Producción Comerciales Transmisión Diseño del "empaque" para programas 	<ol style="list-style-type: none"> Estudios de arte y creación Compañías productoras Productoras de comerciales Fotografos Fabricación de hardware 	<p>Música, prensa y mercadeo</p> <p>Teatro y danza</p> <p>Mercadeo</p> <p>Publicidad</p> <p>Cine</p> <p>Libros y publicaciones</p>	<ol style="list-style-type: none"> Telecomunicaciones Televisión vía internet Textos de comerciales Redes virtuales Juegos de computadora Multimedia

Fuente: Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Gobierno de Gran Bretaña, 1998

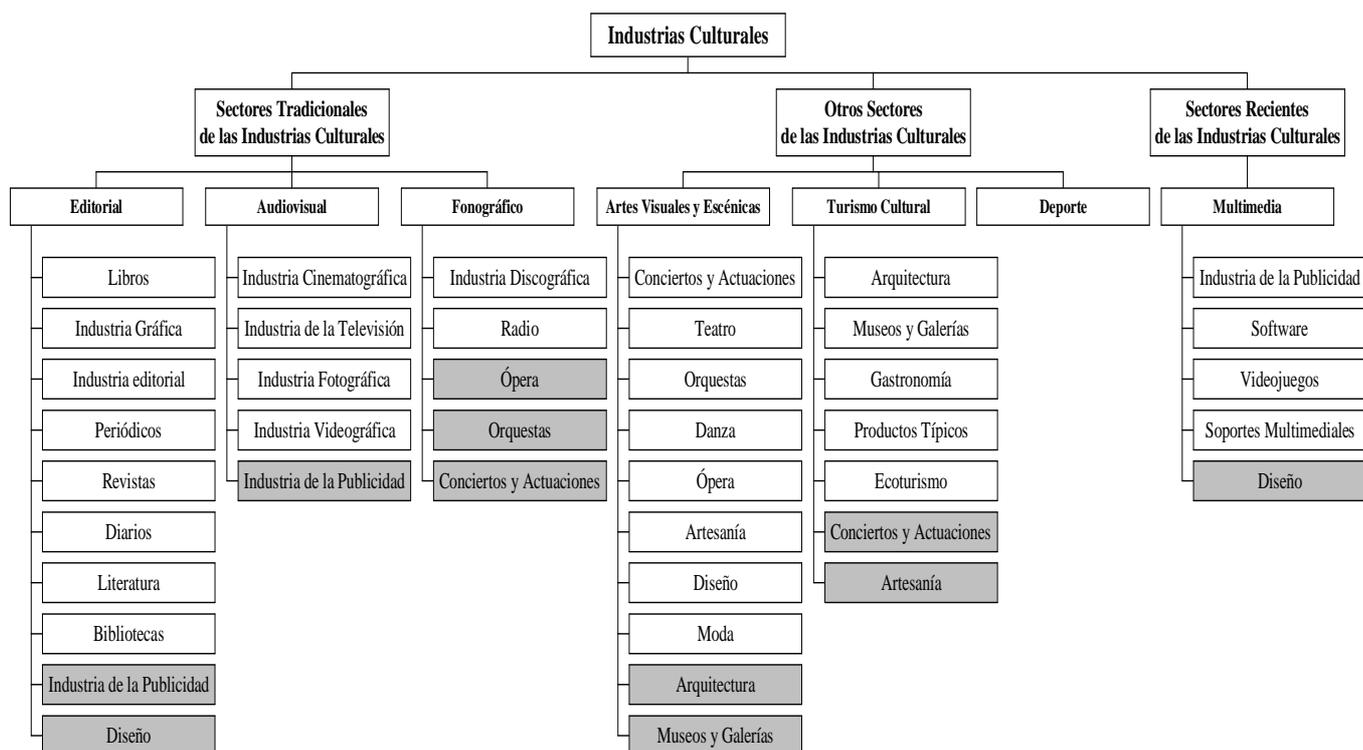
La definición y clasificaciones presentadas en este acápite fueron utilizadas por muchas instituciones a nivel internacional.

Definición Banco Interamericano de Desarrollo

En el año 2007 el Banco Interamericano de Desarrollo realizó un estudio de las potencialidad de las industrias culturales en Latinoamérica, en el que se enmarca a las industrias culturales en el concepto desarrollo por Scott A.J en el año 2004: sectores que ofrecen: “1) servicios en los campos de entretenimiento, educación e información (...) y 2) productos manufacturados a través de los cuales los consumidores elaboran formas distintivas de individualidad, autoafirmación y manifestación social”.

Se identifican los siguientes sectores y subsectores:

FIGURA No.1
Clasificación Industrias Culturales
Banco Interamericano de Desarrollo



Fuente Banco Interamericano de Desarrollo .2007

Las celdas grises pertenecen a sub-sectores que se encuentran vinculados a más un sector, como en el caso del diseño, que se encuentra asociado con los sectores de editorial y multimedia.

El documento refiere a las industrias culturales como un sector idóneo para el desarrollo local, tomando en consideración que estas organizaciones presentan las siguientes características:

- En la mayoría de los casos las empresas están vinculadas a un territorio específico, por lo que existe la posibilidad de generar empleo dentro de la localidad.
- Se caracterizan por ser intensivas en mano de obra, demandando personal calificado, especializado y con un alto potencial creativo.
- En general son empresas que mantienen estructuras amigables con el medio ambiente.
- Por su naturaleza tienden a interconectarse entre sí, es decir a generar -de manera natural encadenamientos-, tomando también en consideración que la mayoría de estas instituciones se desarrollan dentro de una localidad específica, al estar atadas a la cultura de un territorio.
- La materia prima de sus creaciones es basada en el conocimiento tácito de una localidad, por lo que la transferencia de información es más fácil.
- Los productos culturales pueden ser comercializados con facilidad en el mercado nacional e internacional, lo cual las provee de una mayor flexibilidad y adaptación en comparación con otros productos.
- Pueden ser desarrolladas en áreas urbanas, generando un turismo de alto nivel; o, en localidades rurales apoyándose en el turismo cultural.
- Representan una variable crítica para la cohesión social, manteniendo que la cultura y el arte pueden generar un sentido de pertenencia entre un grupo de individuos.

Se argumenta que el desarrollo del sector cultural debería estar enfocado en políticas desde abajo hacia arriba, esto se debe a que las industrias culturales están asociadas a la tradición del territorio, por lo que una estrategia en dónde se aproveche las ventajas existentes de la zona es más importante que la implementación de políticas que fuercen el proceso de surgimiento de este tipo de industrias.

En este sentido el documento destaca el potencial del sector cultural como motor de desarrollo de un territorio, muy similar a lo definido previamente como el tercer nivel de impulso de la competitividad a través de la cultural, en la que se establece la conformación de un distrito territorial entorno a la cultura, en dónde las empresas

aprovechan las externalidades positivas originadas por las acciones colectivas o eslabonamientos.

Definición Allen J. Scott

El estudio desarrollado por Allen J. Scott en el año 2004 (Cultural – Products industries and urban economic development prospects for growth and market contestation in global context) caracteriza a las industrias culturales como aquellas que presentan en común las siguientes condiciones : i) están concentradas en la creación de un concepto estético y simbólico, ii) se encuentran sujetas a la ley de Engels, es decir que al incrementar el ingreso percibido por los individuos la demanda de estos bienes y servicios incrementa en mayor proporción y, iii) se desarrollan en un entorno de ardua competencia, lo cual motiva a las firmas individuales para aglomerarse en clusters especializados o en distritos.

El documento menciona que el tejido productivo del sector se encuentra compuesto ---en su mayoría- por pequeñas y medianas empresas, precisamente debido a que la producción a gran escala representa una pérdida de valor y simbolismo de los bienes finales.

Las grandes empresas compiten en este mercado a través de la denominada estrategia de “systems houses” la cual consiste en la producción temporal de productos o servicios con alto valor agregado que se encuentra en circulación, por un periodo corto de tiempo. Entre estas se incluyen: las producciones cinematográficas de Hollywood, festivales, desfiles de moda, publicaciones de revistas, entre otras. La importancia de esta estrategia radica en que no solo representa un impulso para las grandes empresas vinculadas a la economía de la cultura, sino también es una oportunidad de apalancamiento para las pequeñas y medianas empresas, que se evidencia mejor cuando existe un conglomerado de unidades económicas en la zona.

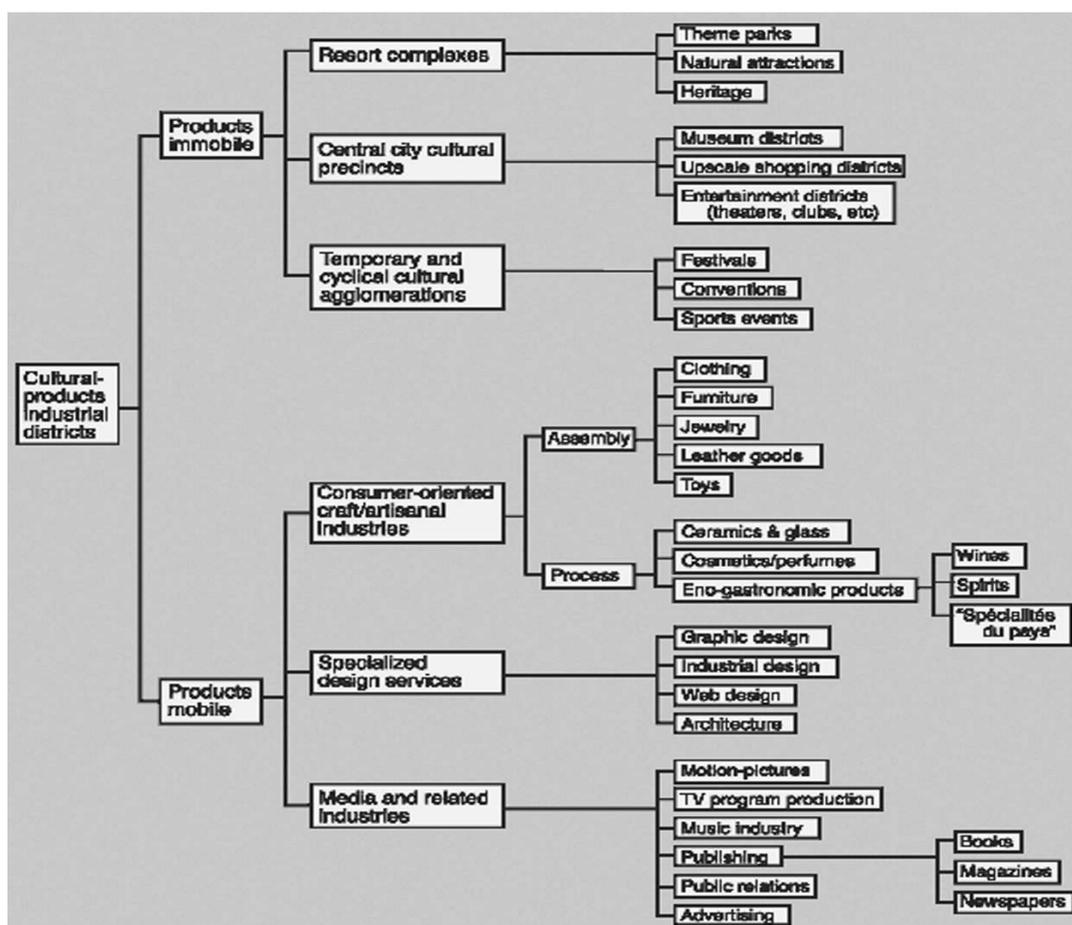
Con respecto al mercado laboral asociado a la economía de la creatividad, el documento menciona que se caracteriza por la flexibilidad en el recurso humano. La mayoría de los profesionales vinculados a las industrias culturales no trabajan en relación de dependencia ya que las plazas de trabajo surgen entorno a los distintos proyectos creativos, por lo que la estructura organizacional de las empresas creativas es dinámica y representa un entorno que propicia la innovación y creatividad.

Es precisamente esta estructura laboral, fluctuante y variable, que motiva el surgimiento de redes entre los distintos agentes de la industria.

Adicionalmente, se menciona que las ciudades que presentan distritos culturales se definen por tener una alineación entre las especificidades de la locación, como la arquitectura ligada al patrimonio, su infraestructura social - cultural y la vocación industrial.

Se presenta la siguiente clasificación de los bienes y servicios culturales dentro de un distrito, en la que la principal variable que distingue a los distintos grupos es la movilidad: i) los bienes y servicios inmuebles son aquellos productos que solo pueden ser consumidos en la localidad; y, ii) los productos móviles representan aquellos que pueden ser consumidos en la zona o movilizados hacia otra localidad:

FIGURA No.2
 Clasificación Industrias Culturales
 Cultural Products industries and urban economic development prospects for
 growth and market contestation in global context Allen J. Scott



Fuente: Scott, 2004.

Las políticas enfocadas al fomento de un distrito cultural deben tomar en consideración las siguientes variables: i) la confianza que existe entre las empresas del sector, de tal forma que surja la posibilidad de movilizar las sinergias presentes, ii) las características del mercado laboral para verificar si existe mano de obra calificada y especializada en las áreas agrupadas como industrias culturales; y iii) la innovación y creatividad local.

Definición Naciones Unidas

Con el propósito de contribuir a las políticas para el fomento de las industrias creativas en los países en desarrollo, las Naciones Unidas, a través de la UNCTAD, elaboró el estudio Creative economy report 2008, en dónde identifican lo siguientes grupos de industrias: patrimonio, artes, media y creaciones funcionales.

El grupo patrimonio es identificado como el origen de todas las artes y el centro de este tipo de industrias. Su concepto se encuentra asociado a las expresiones culturales y los conocimientos ancestrales, que -a su vez- se divide en dos categorías: i) expresiones de la cultura tradicional, en dónde están las artes, artesanías, festivales y celebraciones; y, ii) sitios culturales que incluyen museos, galerías de artes, librerías, exhibiciones.

El grupo artes incluye las industrias basadas netamente en las artes tradicionales y dispone de dos subdivisiones: i) artes visuales, en las que están pintura, escultura, fotografía y arquitectura, y ii) artes escénicas, que incluye música en vivo, teatro, opera, danza, circo y títeres.

La clasificación del grupo media abarca aquellas actividades que tienen el fin de producir contenidos creativos para comunicar a grandes masas, con dos sub clasificaciones: i) editorial y prensa impresa, y, ii) audiovisuales representadas por cine, televisión y radio.

Por último, el grupo creaciones funcionales implican bienes y servicios que tienen un propósito utilitario y están focalizados en la satisfacción de la demanda. Se encuentra compuesto por los sub grupos de: i) diseño, en sus distintas expresiones como diseño gráfico y de interiores, industrial, moda, joyas y juguetes ii) nuevos medios de comunicación, como video juegos y medios digitalizados; y, iii) servicios creativos, compuestos por arquitectura, publicidad e investigación de mercados.

Una de las importantes contribuciones de este documento es el análisis de los móviles de crecimiento para las industrias creativas, los mismos que pueden resumirse en: i) la tecnología, el vínculo creado entre los productores, distribuidores y consumidores que representa una fuerza que impulsa el desarrollo de productos creativos, sobretodo a aquellos que se encuentran vinculados al grupo de media y creaciones funcionales; ii) la demanda, en la que una población con mayores niveles de educación representa un importante grupo de consumidores de productos y servicios creativos, esto a su vez se encuentra reforzado por los avances tecnológicos del medio - el Internet convierte a los consumidores en agentes activos y transformadores de productos lo cual intensifica el desarrollo de la industria creativa-; y; iii) el turismo ya el desarrollo de las industrias culturales ha estado asociado al mercado turístico debido a que los atractivos patrimoniales de las zonas (como museos, galerías o festivales) que representan una de las principales ofertas para los visitantes. De esta manera, poco a poco, se ha ido desarrollando una clase de turismo especializado en el conocimiento de las tradiciones culturales de las localidades, el denominado “turismo cultural”.

Dentro de las cuatro definiciones expuestas, se entienden a las industrias culturales como unidades económicas que originan sus productos o servicios a través de expresiones creativas y de talentos individuales. Dentro de todas estas definiciones encontramos grupos de industrias derivadas de expresiones artísticas tradicionales (danza, teatro, literatura) pero también sectores derivados de actividades creativas, que tradicionalmente no están clasificadas como ramas artísticas, tal es el caso de la publicidad o el desarrollo de software.

Es así que tanto la clasificación desarrollada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) como por las Naciones Unidas, muestran grupos tradicionales y no tradicionales de este de las industrias culturales.

Allen J. Scott, indica que estas industrias se encuentran sujetas a la ley de Engels, lo que implica que a mayor ingreso mayor es la demanda. Esto se encuentra concatenado con lo referido en la definición de las Naciones Unidas en donde se menciona que uno de los principales móviles de estas industrias son precisamente los consumidores con un alto nivel educativo, entendiendo que a mayores niveles de educación, existe mayores oportunidades de ingreso, lo cual implica el acceso a bienes suntuarios, como en este caso aquellos derivados de las industrias culturales.

Otro de los móviles de este sector representa el turismo, de acuerdo a lo referido por las Naciones Unidas. La clasificación de industrias culturales generada por Allen J. Scott clasifica precisamente a estos sectores de acuerdo a su movilidad, entendiendo al grupo de móviles como aquellos productos que pueden ser movilizables a varias localidades, mientras que el grupo de inmuebles pueden ser consumidos únicamente en la localidad de origen. En este sentido el grupo de bienes inmuebles está directamente ligado con las actividades turísticas de la zona. El BID también menciona como un grupo de estas industrias al turismo cultural.

Tanto la definición de Allen J. Scott como la definición del BID, mencionan que estas industrias tienden a conectarse en redes, conformar clusters especializados y distritos; por un lado se argumenta que esta tendencia se debe a que las unidades se encuentran por lo general en un mismo territorio e interconectadas a través de una misma cultura. Adicionalmente se determina que estas empresas se encuentran en un entorno de ardua competencia, lo cual lleva a conformar redes o clusters especializados.

Se hace referencia a que estas unidades de producción son intensivas en mano de obra y por lo general la escala de éstas se encuentra entre pequeñas y medianas. Precisamente la producción en gran escala puede diluir el contenido creativo y único que caracteriza a los productos derivados del capital cultural.

Aportes de las industrias creativas a los objetivos del milenio

El aporte del sector creativo a la erradicación de la pobreza y reducción de las desigualdades se basa en que su estructura está compuesta -en su mayoría- por pequeñas y medianas empresas. A esto se suma que los conocimientos ancestrales son la materia prima de la que se desprenden los productos culturales, sobre todo aquellos que están relacionados con el patrimonio de la zona.

Esta estructura tiene un impacto positivo en la generación de empleo, tomando como antecedente que las PYMEs son los principales empleadores de los países en desarrollo. Adicionalmente, las industrias culturales brindan oportunidades de empleo a las mujeres, debido a que sectores como la artesanía privilegian la vinculación de la población femenina de las localidades.

La economía creativa puede ser una base para la construcción de una estrategia de desarrollo sustentable, tomando en consideración que la cultura representa un mecanismo de cohesión y apropiación para los ciudadanos. La importancia del sector

creativo ha incrementado en la conformación del PIB en los últimos años y ha sido tomado por muchas naciones como un mecanismo para la renovación de los mercados.

Por otro lado, las industrias culturales son potenciales empleadores para la población joven y para mejorar el acceso a nuevos medios de comunicación, gracias al vínculo que existe con la tecnología.

Mercado mundial de las industrias creativas.

En el marco de la clasificación planteada por Naciones Unidas, a continuación se muestran las cifras del mercado mundial de exportaciones correspondientes a las industrias creativas, para el año 2005, clasificadas de acuerdo a los sub grupos determinados en el estudio referido.

Se ha realizado la desagregación entre el total de bienes y el total de servicios culturales, por lo que el primer grupo señalado representa el mayor rubro de producción cultural a nivel mundial:

CUADRO No.2
Exportaciones Mundiales – Industrias Culturales

SUB GRUPOS	VALOR EN MILLONES DE USD DOLARES 2005	% TOTAL INDUSTRIAS CREATIVAS
TOTAL INDUSTRIAS CREATIVAS	\$ 424,427.00	100.00%
TOTAL BIENES CREATIVOS	\$ 335,494.00	79.05%
TOTAL SERVICIOS CREATIVOS	\$ 88,933.00	20.95%
1. PATRIMONIO	\$ 26,692.00	6.29%
1.1 Bienes relacionados artes y artesanías	\$ 23,244.00	5.48%
1.2 Otros servicios culturales	\$ 3,448.00	0.81%
2. ARTES VISUALES	\$ 22,149.00	5.22%
2.1 Bienes vinculados al arte visual	\$ 22,149.00	5.22%
3. ARTES ESCÉNICAS	\$ 14,924.00	3.52%
3.1 Bienes vinculados industria musical	\$ 14,924.00	3.52%
4. EDITORIAL Y PRENSA IMPRESA	\$ 44,304.00	10.44%
4.1 Bienes	\$ 44,304.00	10.44%
5. AUDIOVISUALES	\$ 18,182.00	4.28%
5.1 Bienes audiovisuales	\$ 664.00	0.16%
5.2 Servicios relacionados a industria audiovisual	\$ 17,518.00	4.13%
6. NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIONES	\$ 12,035.00	2.84%
6.1 Bienes vinculados a nuevos medios de comunicación	\$ 12,035.00	2.84%
7. DISEÑO	\$ 218,173.00	51.40%
7.1 Bienes vinculados al diseño	\$ 218,173.00	51.40%
8. SERVICIOS CREATIVOS	\$ 88,779.00	20.92%
8.1 Servicios vinculados a arquitectura	\$ 27,722.00	6.53%
8.2 Servicios vinculados a la publicidad	\$ 15,703.00	3.70%
8.3 Servicios vinculados a la investigación y desarrollo	\$ 17,990.00	4.24%
8.4 Servicios vinculados a actividades recreacionales	\$ 27,364.00	6.45%

Fuente: UNCTAD, 2008.

Las actividades incluidas en el sub grupo de “Diseño” representan más del cincuenta por ciento del total de las exportaciones de productos y bienes creativos, a nivel mundial. La Sociedad Americana de la Industria del Diseño, define a esta actividad como “la creación y el desarrollo de conceptos y especificaciones que optimizan las funciones, el valor y la apariencia de los productos y sistemas y que beneficia en la misma proporción a consumidores como a fabricantes”. Las líneas de diseño que se encuentran cuantificadas son: i) interiores: muebles, porcelana, adornos en vidrio, tapices, luces, etc.; ii) moda: maletas, carteras, correas, accesorios, gafas, perfumería, sombreros; iii) juguetes: muñecas, juguetes electrónicos, rompecabezas, juegos de mesa, muñecos para desarrollo de destrezas; iv) diseño gráfico: planos arquitectónicos, productos, empaques; y, v) joyas: artículos hechos de plata, oro, perlas, y otros metales preciosos.

El estudio destaca que una de las áreas con mayor potencial es el diseño de moda, tomando en consideración que instrumentos como ferias de modas – desarrolladas en distintos países en vías de desarrollo como China o Brasil- han generado un incremento considerable de las exportaciones mundiales del sector que crecieron de \$119.7Usd billones en el año 2000 a \$218.2Usd billones en el año 2005.

Los cinco principales países exportadores de diseño de moda, a nivel mundial, para el año 2005 fueron: Italia (24.8 billones de dólares), China (22.44 billones de dólares), Francia (12.86 billones de dólares), Alemania (12.83 billones de dólares) y Estados Unidos (11.22 billones de dólares). La región de LAC exportó durante el referido periodo con un total de \$6.28 billones.

El sub grupo de “Servicios creativos” representa el 20.92% del total de las exportaciones mundiales de productos y servicios creativos en el año 2005, dentro de lo cual los servicios asociados con ingeniería y arquitectura y aquellos relacionados con actividades recreacionales son los más destacados. Entre los años 2000 y 2005 las exportaciones -a nivel mundial- de este grupo han tenido un incremento del 70.49%. Los principales exportadores de estos servicios se encuentran en los países desarrollados, las economías en desarrollo representan tan solo el 11% del mercado.

El sub grupo de “Editorial y prensa impresa” equivale al 10.44% del total de exportaciones mundiales del año 2005. Dentro de este subsector está la producción de todo tipo de libros, al igual que materiales y publicaciones impresas como diarios,

revistas, entre otros. A pesar de que este sub sector tiene una gran importancia dentro de la economía creativa, el desarrollo de nuevas tecnologías presenta una amenaza para el crecimiento de esta industria. Las economías desarrolladas son las principales exportadoras de los productos vinculados a este sector, siendo Canadá el mayor representante a nivel mundial. Dentro de los diez primeros exportadores del grupo de las economías en desarrollo es interesante encontrar a países como Méjico, Chile y Colombia.

El cuarto sub sector que presenta mayores exportaciones a nivel mundial es el denominado “Patrimonio”, lo interesante de esta clasificación es que los principales exportadores son países en vías de desarrollo, siendo China el líder productor. Uno de los principales obstáculos del sector es la informalidad de sus productores y comercializadores, por lo que el documento recomienda generar políticas que impulsen el desarrollo y formalización del sector, tomando en consideración que muchas comunidades vulnerables se encuentran vinculadas a la producción de bienes derivados del patrimonio. La tasa de crecimiento, a nivel global, entre el año 2000 y el 2005 es del 31%. Las exportaciones provenientes de las economías en desarrollo han tenido un incremento del 79 % entre los años 1996 y 2005.

En el siguiente cuadro se muestra la producción de bienes y servicios vinculados a las industrias de la creatividad en las distintas regiones, a nivel mundial:

CUADRO No.3
Producción por Región – Industrias Culturales

REGIÓN ECONÓMICA	VALOR EN MILLONES DE USD DOLARES 2000	VALOR EN MILLONES DE USD DOLARES 2005	VARIACIÓN
MUNDO	\$ 228,696.00	\$ 335,494.00	47%
ECONOMÍAS DESARROLLADAS	\$ 136,643.00	\$ 194,445.00	42%
Europa	\$ 99,201.00	\$ 149,825.00	51%
Estados Unidos	\$ 20,703.00	\$ 25,554.00	23%
Japón	\$ 4,803.00	\$ 5,547.00	15%
canada	\$ 10,413.00	\$ 11,377.00	9%
ECONOMÍAS EN DESARROLLO	\$ 89,827.00	\$ 136,231.00	52%
Este y Sudeste Asiático	\$ 79,316.00	\$ 119,839.00	51%
China	\$ 28,474.00	\$ 61,360.00	115%
Oeste Asiático	\$ 2,747.00	\$ 5,947.00	116%
LAC	\$ 6,769.00	\$ 8,641.00	28%
Africa	\$ 973.00	\$ 1,775.00	82%
Economías menos desarrolladas (LDC)	\$ 648.00	\$ 211.00	-67%
Pequeñas islas en vías de desarrollo (SIDS)	\$ 133.00	\$ 153.00	15%
ECONOMÍAS EN TRANSICIÓN	\$ 2,226.00	\$ 4,818.00	116%

Fuente: UNCTAD, 2008.

La región más vinculada a la economía creativa es Europa, sin embargo en los últimos cinco años China y el Oeste Asiático han sabido aprovechar el potencial de las industrias culturales presentando así crecimientos por encima del cien por ciento en sus exportaciones. La región de LAC presenta un crecimiento del 28%, obteniendo exportaciones de 8.64 billones de dólares en el año 2005.

Mercado Latinoamericano de las industrias creativas.

Latinoamérica y el Caribe representan una región rezagada en las industrias creativas, en contraste con China y los países europeos que mantienen un gran liderazgo.

Sin embargo, la región presenta un gran potencial en este ámbito tomando en consideración la riqueza cultural y patrimonial existente, así como también el desarrollo que registran industrias como la editorial o cinematográfica, en los últimos tiempos.

A continuación se presenta información estadística de la región, extraída del documento Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades, elaborado por el Banco Interamericano de Desarrollo.

Editorial

En la industria editorial los principales representantes a nivel de la región son: i) Brasil, en donde 18.000 personas se encuentran vinculadas a este tipo de industria, ii) Argentina, que ha tenido una importante recuperación para el año 2005, iii) Méjico, que cuenta con 13.000 plazas de empleo vinculadas; y, iv) Colombia, en donde 6.000 personas se encuentran empleadas.

Audiovisuales

La industria audiovisual latinoamericana, -que incluye producciones cinematográficas y de televisión-, obtiene su financiamiento -principalmente- en el apoyo de los gobiernos, seguido por las sociedades privadas y las grandes empresas comerciales. Una última fuente constituyen los recursos provenientes de programas especiales, como el caso de IBERMEDIA.¹

¹ Ibermedia es un programa de financiamiento que tiene el fin de promover el desarrollo, co-producción, distribución, exhibición y formación de espacios audiovisuales en Iberoamérica. Los países miembros son: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, España, Guatemala,

Los países más representativos de la región en la producción de cine son: Argentina, que para el año 2005 produjo 65 films estrenados; Brasil, cuya producción de ese año fue de 47 películas; México, con 25 producciones; Chile, con 14 films; y, Colombia con 4. En general, los países que presentan reglamentos o leyes que brindan un sólido paraguas de protección para los derechos de autor, son las naciones que mayor desarrollo han presentado en este ámbito

En el caso de Argentina, existen una cantidad importante de recursos dirigidos a la industria cinematográfica, a esto se suma los varios mecanismos de financiamiento existentes. Para el año 1996 el Gobierno argentino dirigió 53 millones de dólares de los ingresos fiscales a la producción cinematográfica, siendo el país de la región con mayor financiamiento.

En la industria televisiva la falla que presenta la región se encuentra en la calidad de las producciones, no en la penetración - ya que el 84.1% de la población latinoamericana tiene acceso a este medio de comunicación -. A pesar de que la mayoría de países sudamericanos han implementado cuotas de transmisión de programas nacionales en los distintos canales, un gran porcentaje de su programación está compuesta por programas importados, en su mayoría de Estados Unidos.

Las producciones latinoamericanas con mayor éxito mundial son las telenovelas. Brasil, México, Colombia y Venezuela son los principales exponentes dentro de la producción y exportación de telenovelas. Para 1997 las exportaciones de telenovelas representaron alrededor de 115 millones de dólares.

La industria discográfica

Es la más representativa de la economía creativa de la región. Durante la década de los noventa fue una de las áreas más boyantes y de mayor crecimiento. Sin embargo, debido a dos variables se ha modificado la estructura de esta industria: i) los avances tecnológicos han convertido a los consumidores de música en productores, siendo la piratería una de mayores amenazas; y, ii) el surgimiento de grandes productores, distribuidoras y comercializadores -que enfocaban sus esfuerzos en la promoción de un

México, Panamá, Perú, Portugal, Puerto Rico, Rep. Dominicana, Uruguay y Venezuela.
(<<http://www.programaibermedia.com>>,2010)

contado número de artistas- ha provocado el surgimiento de productores independientes, que funcionan en redes.

Al igual que la industria discográfica, la radio es un área que ha tenido gran impacto en la población – sobre todo de las áreas rurales -. Sin embargo, en los últimos años ha perdido fuerza, principalmente por el incremento en la penetración de la televisión.

Multimedia

Tomando en consideración que dentro de esta industria están involucradas todas aquellas actividades vinculadas al desarrollo del software, las líneas de producción abarcan todas las áreas culturales. Una de las principales líneas en la región de ALC son los videojuegos.

Artes escénicas y visuales

La artesanía es el grupo más importante a nivel de LAC.

Está compuesto -en su mayoría- por pequeñas y medianas empresas, vinculadas al sector de turismo. A más de ser una fuente importante de empleo, representa una de los principales mecanismos para preservar las tradiciones y la diversidad cultural de las distintas localidades.

Las principales debilidades del sector en ALC se asocian con la falta de acceso al crédito, innovación, legislación y asociatividad de sus integrantes.

Con respecto a las artes escénicas, es importante recalcar que el artista no representa un contribuyente en la cadena de valor, el artista en sí mismo es el producto, lo cual implica que la reducción de costos a través del incremento de la productividad no es posible. Tomando en consideración que las artes escénicas presentan una estructura de costos crecientes, en la mayoría de países de la región, el desarrollo de éste ámbito ha estado acompañado necesariamente por el financiamiento público.

Las artes escénicas y visuales son importantes en la generación de empleo de LAC y también representan sectores de cohesión y autoestima para las diversas poblaciones.

Turismo Cultural

De acuerdo a las estadísticas presentadas por la Organización Mundial del Turismo, entre el año 2005 al 2006, el mercado de turistas a nivel mundial se incrementó en 36 millones de personas.

El sector turístico ha ganado mayor importancia dentro de la economía del territorio, convirtiéndose en un mercado estratégico para el desarrollo de LAC. Este crecimiento se generó gracias a dos tendencias en el mercado: i) el aumento del turismo de masas; y, ii) el incremento en turismo cultural, conformado por un grupo de viajeros que tienen como principal atracción el patrimonio cultural o las actividades culturales.

El turismo cultural está ligado a ciudades históricas que mantienen un alto contenido patrimonial y disponen de instalaciones como monumentos, galerías, arquitectura, teatros o museos. A este tipo de turismo se suman atracciones relacionadas con la naturaleza y el ecoturismo.

El incremento en el interés de este tipo de servicio se basa en que el conocimiento de nuevas culturas representa uno de los patrones de consumo de la actual sociedad occidental. Para LAC el turismo cultural representa una fuente cada vez más importante de ingresos; es así como muchas ciudades han creado estrategias, como la marca país, con el fin de incrementar el flujo de viajeros a la zona.

CAPITULO II.

QUITO PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD.

En 1978 San Francisco de Quito fue nombrada por la UNESCO “Patrimonio Cultural de la Humanidad”. Esta denominación se encuentra basada en las características de la zona colonial de la ciudad, la más grande y una de las mejor conservadas de Latinoamérica. Alberga en sus edificios patrimoniales expresiones particulares de un arte desarrollado durante la época colonial, muestra de una fusión única entre el arte español, italiano, flamenco, árabe e indígena, creando un particular estilo barroco que posteriormente fue conocido como la Escuela Quiteña.

El Centro Histórico de Quito representa uno de los puntos representativos de la cultura de Quito, y uno de los principales potenciales para el desarrollo económico de la ciudad, teniendo como pilar la economía de la creatividad.

Desarrollo urbano de Centro Histórico de Quito

En el libro *“Quito, una experiencia en la recuperación del espacio público”* elaborado por la Empresa de Desarrollo Urbano de Quito, en junio del 2009, se describe el desarrollo urbano del Centro Histórico, así como también el proceso de su rehabilitación.

La ciudad fue fundada por los españoles el 6 de diciembre de 1534. El 14 de marzo de 1541 el Reino de España expidió la cédula real que la eleva de villa a ciudad, convirtiéndola en la más antigua capital de Sudamérica.

Durante la época de la colonia española se erigen grandes edificaciones religiosas - templos o conventos- en los que se destacaban pinturas, esculturas y tallados que dieron origen a la mencionada Escuela Quiteña.

Dadas las condiciones físicas de Quito- un callejón con montañas a este y oeste-, su crecimiento fue lento desde la fundación española hasta principios del siglo XX. A inicios de la vida republicana (1830) la población de Quito ascendía a 30.000 habitantes, incrementándose a 50.000 personas a finales del siglo XIX.

En 1908 se instaura el servicio de ferrocarril entre Quito y el puerto marítimo de Guayaquil. Este acontecimiento marca un hito en el crecimiento urbano de la capital, tomando en consideración que el viaje entre estos dos puntos del país pasó de durar

quince a dos días, facilitando la migración de la población campesina hacia la urbe y provocando un aumento importante en la población de la ciudad.

En el año 1950, fecha en la que se realiza el primer censo del país, la ciudad disponía de 240.000 habitantes.

Ya entrada la segunda mitad del siglo XX, a finales de 1972, el llamado “boom petrolero” marcó un cambio en la estructura económica del país y -a su vez- determinó una nueva expansión de la ciudad de Quito. Parte de los recursos generados por el petróleo impulsaron el sector de la construcción, así como también la expansión del Estado, asentado en la ciudad por su condición de capital.

Hasta esa época la administración de la ciudad no había promovido ningún proceso de conservación de su patrimonio cultural. La zona colonial de Quito había sido ocupada –paulatinamente- por comerciantes informales, con las consecuencias negativas de ocupación indebida del suelo, congestión, contaminación ambiental y uso de edificaciones históricas para bodegas o almacenes de mercadería.

El crecimiento del comercio informal en la zona colonial se incrementó aún más durante la década de los ochenta, a causa de la crisis económica que sufría el país. Este crecimiento provocó el surgimiento de asociaciones y organizaciones que promovían un verdadero mercado negro alrededor de la asignación de puestos a los comerciantes.

Para la década de los noventa, muchas de las calles del Centro Histórico estaban totalmente tomadas por el comercio informal, dificultando la circulación peatonal y vehicular. A más del detrimento de los edificios patrimoniales, la zona se convirtió en un sitio de alta delincuencia. Los problemas de seguridad estaban acompañados de inconvenientes en la salubridad e higiene del espacio público, así como también en la movilidad y contaminación del sector.

A pesar de los problemas descritos durante estos años, el Centro Histórico de Quito siempre representó uno de las principales atracciones turísticas de la ciudad.

Rehabilitación del patrimonio cultural del Centro Histórico de Quito.

En el año 1987 Quito sufrió un sismo que afectó algunas edificaciones patrimoniales importantes. A partir de este suceso se crea el Fondo de Salvamento de la Ciudad (FONSAL), con el objeto de rehabilitar los edificios patrimoniales.

Durante diez años la labor del FONSAL tuvo importantes logros en la recuperación de las edificaciones históricas de la capital, sin embargo los problemas estructurales del comercio informal, inseguridad, movilidad o salubridad persistían en el Centro Histórico y minimizaban el resultado de los procesos de recuperación.

En el año 1994 se firma un contrato de préstamo entre el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y el Banco Interamericano de Desarrollo, por un monto de 43.2 millones de dólares destinados a realizar Programa de rehabilitación del Centro Histórico, consistente en un trabajo sistémico en la recuperación del casco colonial de la ciudad, apuntando a la conservación del patrimonio tangible, la revitalización de las actividades comerciales, la facilitación de acceso a los bienes y servicios y la promoción del correcto uso y mantenimiento de los inmuebles históricos. (BID, 1994)

Esta iniciativa fue pionera en la región de ALC y representó un punto de inflexión, mediante el cual la cultura fue percibida no solo como un elemento asociado al ocio sino como un generador de valor agregado económico para la ciudad.

Entre los logros de las inversiones del Programa se destacan: i) reasentamiento de más de 10.000 comerciantes informales que ocupaban gran parte del espacio público del casco colonial, en centros comerciales permanentes; ii) mejoramiento de aceras, bordillos, alumbrado público y señalética; iii) rehabilitación de plazas y plazoletas; iv) reconstrucción de edificios históricos; v) impulso a inversionistas privados; y, vi) proyectos de sostenibilidad social.

El Programa generó un cambio en la percepción de los habitantes de la ciudad hacia el Centro Histórico, desencadenó la confianza del sector privado, diversificando la oferta de servicios culturales y complementarios (bares, restaurantes, hoteles, entre otros), e incrementó considerablemente el precio de los predios de la zona.

Con el fin de brindar sostenibilidad al proceso ejecutado, en el año 2005 se firmó un segundo contrato de préstamo con el BID, para poner un marcha un nuevo Programa, cuyo fin principal fue el evitar reversiones de los procesos socio-económicos que se habían iniciado y focalizar el desarrollo del área en el fortalecimiento de los productos y servicios, enmarcados en el sector del turismo cultural. (BID, 2005).

Con los resultados de primer Programa de rehabilitación de Quito, el Banco Interamericano de Desarrollo estableció los siguientes puntos destacados para optimizar programas de igual índole:

- i) La revitalización de los centros urbanos son procesos de largo plazo que de ser efectivos cambian la estructura socio-económica del área,
- ii) El impacto de las intervenciones es mayor cuando se concibe un enfoque global, es decir la recuperación de los espacio debe estar acompañado del desarrollo social y económico de la zona,
- iii) El impulso económico enfocado en la oferta puede generar inversiones de baja rentabilidad, por lo cual es necesario implementar estrategias basadas en las necesidades de la demanda,
- iv) A pesar de las inversiones que se realizaron en el proceso de recuperación, el sector privado presentaba un recelo de que el proceso de recuperación sea interrumpido,
- v) La recuperación del patrimonio de la ciudad demanda una cantidad importante de recursos, por lo que es necesario la participación del sector público y privado en el proceso,
- vi) A medida que avanza el proceso de recuperación los aspectos sociales y económicos cobran mayor relevancia en la sostenibilidad de los logros alcanzados,
- vii) Es importante involucrar a la sociedad civil en los procesos de recuperación (BID, 2004:28-29)

Paralelamente, el FONSAL continuó la inversión en la conservación del patrimonio. Desde el año 2000 al 2008 invirtió US\$232 millones de dólares americanos en recuperación de 324 bienes inmuebles y espacios públicos, de los cuales 34 intervenciones correspondieron a edificaciones monumentales como catedrales, iglesias, monasterios, santuarios y recoletas. (Quito Turismo, 2009)

Demanda y oferta cultural del Centro Histórico de Quito.

A continuación se presentan los resultados de tres estudios realizados en torno a la demanda y oferta del mercado potencial del Centro Histórico, como distrito cultural.

Estudio del Centro Histórico frente al consumo de la cultura y el entretenimiento. Rivas & Herrera – abril 2007.

Objetivos del estudio.

Identificar el posicionamiento del Centro Histórico de Quito en la mente de los ciudadanos, así como los hábitos de consumo entorno al entretenimiento y la cultura.

Metodología.

La metodología utilizada en el estudio cualitativo fue grupos focales, mediante la técnica proyectiva y reactiva de mapas parlantes.

Resultados.

Los encuestados afirmaron que las actividades realizadas en su tiempo libre son: pasar en familia (sobre todo los mayores a 40 años), hacer deporte (por medio de clubes, en barrios, gimnasios o en sus barrios), salir con amigos y familia (a realizar actividades como: comer, cine, compras, bares, cafés o paseos fuera de la ciudad), visitar amigos y tomar clases de baile.

Cuando se les preguntó que conceptualicen la idea de entretenimiento respondieron: salir de la rutina, hacer algo diferente, sentirse libre y sin horarios, anti - stress, tiempo para conversar, compartir para olvidar los problemas y preocupaciones, ser espontáneos o soñar. Los más jóvenes relacionan entretenimiento con: adrenalina, emociones fuertes, libertad y alegría.

Con respecto a los factores que influyen en los momentos de entretenimiento se destacaron las variables en el siguiente orden: i) voluntad y decisión, es decir estado de ánimo, hábitos y costumbres, ii) amistades, tomando en consideración que los amigos son el vínculo entre compartir y la satisfacción por la afinidad de gustos, iii) dinero, la disponibilidad de recursos es necesario para las actividades de entretenimiento, iv) tiempo, tomando en consideración que cada vez son más escasos los tiempos para el ocio, v) alternativas en el mercado, y, vi) clima, los días cálidos motivan las actividades al aire libre, mientras que los mayores de 40 años mencionan el frío de la noche es un factor que influye en su elección.

Entre las principales actividades de entretenimiento todos los grupos coincidieron en los siguientes: comer -ya sea en casa-, restaurantes, cafés o bares, preferiblemente acompañados con amigos y familia; menos de la mitad de los hombres y mujeres entrevistadas mencionen a los deportes; les atrae pasear por los centros comerciales, preferiblemente; actividades como el karaoke también está dentro de los entretenimientos seleccionados; y, bailar, ya sea en fiestas de amigos o discotecas.

Menos de la mitad de los entrevistados mencionan preferir actividades vinculadas a las artes escénicas como: teatro, danza o exposiciones de arte. Las actividades de

entretenimiento relacionadas con la tecnología, tendencias y moda se encuentran fuertemente preferidas por el grupo más joven.

La frecuencia de salidas varía en las diferentes edades: los jóvenes entre 18 y 24 años afirman salir una vez por semana, entre jueves, viernes o sábado; el grupo de 25 a 39 años menciona un promedio de dos veces al mes; el grupo de 40 a 55 años indica una sola vez al mes. En general, todos los informantes prefieren salir entre amigos o compañeros de trabajo, con quienes compartan los mismos gustos.

Cuando se les preguntó con qué asocian el Centro Histórico de Quito, los participantes respondieron lo siguiente: patrimonio, política y poder, arte y cultura, historia, religión y comercio. Estos conceptos están en el imaginario de las personas, que se han desarrollado en base a la imagen que tienen los habitantes de la ciudad.

Acerca del sentimiento que les produce el Centro Histórico los participantes mayores a 25 años comentaron que les recuerda a la época de los abuelos, presidentes, padres, tíos o hermanos, por lo que lo vinculan con la nostalgia, lo olvidado, lo viejo la historia y el pasado.

Los más jóvenes lo identifican como un motivo de orgullo para los ecuatorianos, un lugar mágico, místico y deslumbrante, es un símbolo de identidad y representa un gran valor cultural reconocido por turistas extranjeros. Desde lo tangible, todos concuerdan en que el lugar es frío, muerto, desolado, triste y elitista.

El grupo de jóvenes menores a 24 años manifiestan que existe una diferencia entre el Centro Histórico de antes y después de su rehabilitación; sin embargo, muchos de ellos afirman no sentirse identificados debido a que no lo conocen, se pierden, tienen miedo de transitar por sus calles debido a la inseguridad y no encuentran actividades que les atraiga. El grupo mayor a 24 años identifica a la zona como un lugar para mayores, para aprender, conocer la historia de la ciudad y el país y hacer compras baratas.

En general, todos los participantes manifestaron que lo que les preocupa del Centro Histórico es: inseguridad, falta de espacios peatonales, escasa información y señalización, congestión vehicular, contaminación, pocos lugares de entretenimiento que no sean restaurantes caros y falta de actividad en las noches y de transporte.

***Estudio de percepciones de la ciudadanía sobre el Centro Histórico de Quito.
Hexagon Consultores Cia. Ltda - febrero 2009.***

Objetivos del estudio.

Cuantificar el impacto que ha tenido la recuperación del Centro Histórico de Quito, a través del levantamiento de información a transeúntes de la zona, analizando su percepción en lo referente a temas: ambientales, oferta de servicios y transporte.

Metodología.

Se aplicaron 601 encuestas efectivas a transeúntes que circulaban en el Centro Histórico de Quito.

Resultados.

Medio Ambiente y espacios verdes.

El 90% de los encuestados manifestaron que el principal factor de contaminación de la zona son los gases emitidos por los automóviles, seguido por los olores producidos por actividades de la zona (63%) y el ruido emitido por el tráfico (50%).

Los espacios verdes, jardines y parques del sector para la mayoría de los encuestados son muy pequeños (53%) y descuidados (48%).

Seguridad y movilidad.

El 57% de los informantes opinó que el Centro Histórico es un lugar inseguro y señalan como las principales causas: la mendicidad (72%), la venta de drogas (63%), la prostitución (45%) y la presencia de lugares con poca circulación (42%). Aseguran sentirse más seguros en las horas matutinas y vespertinas.

Analizando la problemática de tráfico y transporte, identificaron entre las principales causas de este problema a las siguientes: calles estrechas (78%), insuficiente cantidad de parqueaderos (58%), pendientes pronunciadas (52%) y falta de paradas de taxis (32%).

Servicios y actividades

Los aspectos considerados como menos agradables del Centro Histórico de Quito son: problemas en el acceso y movilidad (63%); incremento de la mendicidad (54%);

falta de espacios recreativos para los niños y niñas (49%); y, descuido de los espacios públicos (48%).

Sobre la disponibilidad de actividades culturales el 55% de los encuestados opinó que el centro de la ciudad posee una cantidad importante de este tipo de servicios. Tan solo el 17% de las personas considera que los guías turísticos brindan un servicio de calidad en los establecimientos de la zona.

Con respecto a los servicios culturales disponibles en la zona la mayoría manifestó que –entre el 2007 y el 2009- la concurrencia a museos, iglesias y centros culturales se ha incrementado (30%) al igual que su asistencia a los teatros ubicados en el sector (24%).

Una de las preguntas más importantes en el marco de la presente investigación, fue aquella que demuestra la percepción de los ciudadanos sobre las alternativas para fomentar el patrimonio del Centro Histórico de Quito. Los transeúntes destacaron: fomentar el turismo (60%), proponer actividades lúdicas y culturales (47%) y promocionar las costumbres y las fiestas (45%).

Composición de la oferta cultural en el Centro Histórico de Quito. Hexagon Consultores Cia Ltda – diciembre 2009.

Objetivos del estudio.

Determinar la composición de las industrias culturales en el territorio del Centro Histórico de Quito.

Este trabajo es el primero que sobre el tema se realiza en la ciudad de Quito, por lo que su construcción presentó algunos problemas: i) poca información secundaria relacionada, ii) muchos de los actores no se sienten identificados con el concepto, iii) la definición de industrias culturales aún es ajena al entorno de la ciudad.

Metodología.

El relevamiento de información se realizó a través de una convocatoria pública abierta. Se establecieron cinco puntos estratégicos de recepción de información. Fueron contratados encuestadores capacitados en el tema, que recorrieron el sector determinando los negocios que se encuentran en el paraguas de las industrias culturales.

Resultados.

En su mayoría, las industrias culturales de la zona están vinculadas a la gastronomía tradicional (31%) y las artesanías (18%). El 51% de los encuestados manifiesta que se dedica a la venta de sus productos y el 38% a la producción; es decir, es una oferta dedicada preferentemente a la comercialización.

El 65% de los encuestados manifiesta que su canal de distribución es directa al consumidor final. Tan solo el 18% posee un local propio, y el 4% comercializa sus mercaderías a través de ferias.

Con respecto a la demanda, manifiestan que el 82% de los consumidores son nacionales. Esto evidencia la realidad de que el Centro Histórico de la ciudad, aún en la actualidad, representa un lugar comercio para el mercado local.

El 73% de los encuestados manifestó que existe una alta competencia, es decir la oferta no es muy diversificada.

Respecto a los encadenamientos productivos, el informe muestra que tan solo el 15% de los encuestados realiza todas sus compras en el Centro Histórico de Quito. El 47% manifiesta adquirir algún bien en el sector, lo cual muestra que -en la actualidad- no existen eslabonamientos productivos dentro de este territorio.

El 80% de los entrevistados dedican su tiempo completo al negocio; es decir, la industria cultural representa su mecanismo de subsistencia. El 66% manifiesta que su oficio es una tradición heredada. El 57% de los entrevistados están dispuestos a continuar con la tradición familiar.

La oferta cultural del sector está compuesta -en su mayoría- por micro empresas. El 42% de los negocios tiene como único trabajador a su dueño y un 50% afirma disponer de entre 1 a 5 empleados.

Tomando en consideración que las industrias culturales basan su producción en la creatividad, el estudio indagó sobre los conocimientos que sobre propiedad intelectual poseían los entrevistados. El 79% afirmó no poseer ningún registro de propiedad intelectual y el 69% no conocía las leyes ni los procedimientos para proteger sus creaciones.

Uno de los problemas que enfrentan las microempresas a nivel país son las fuentes de financiamiento y los empresarios del Centro Histórico de Quito no son la excepción. El

75% de los entrevistados indicó que el financiamiento está sustentado en sus ahorros personales y un 9% obtienen los recursos a través de familiares.

El último grupo de preguntas se centró en los métodos de administración que poseen las micro empresas y su percepción sobre el apoyo y políticas públicas que respaldan su desarrollo.

El 54% de los entrevistados no posee ningún sistema de contabilidad, administrativo o de control de procesos. Un escaso número afirma haber recibido algún tipo de capacitación (11%). Con respecto a las directrices del gobierno local o central, el 72% afirmó no percibir políticas claras que rijan la dirección de las estrategias del sector, el 47% siente que no existen condiciones de infraestructura adecuadas y en un 54% manifiesta que las condiciones de seguridad tampoco son óptimas.

Principales aportes de los tres estudios descritos

Las principales conclusiones desprendidas de estos tres estudios son las siguientes:

- Los ciudadanos de Quito reconocen el proceso de recuperación del Centro Histórico de la ciudad.
- Todos convergen en que existen poca oferta de actividades recreativas dentro del casco colonial.
- El problema de inseguridad es percibido como una amenaza, tanto para los consumidores como para los oferentes de este territorio.
- Persisten los problemas de movilidad, contaminación e inseguridad.
- Los jóvenes no se sienten vinculados al sector y en general no lo conocen.
- La ciudadanía coincide en que un mecanismo para continuar los procesos de revitalización del casco colonial es a través de la diversificación de la oferta y promoción de las actividades culturales.
- La oferta del casco colonial está asociada al turismo.
- Dentro de las industrias culturales la mayoría de locales están vinculados a la gastronomía tradicional.
- La oferta está compuesta por micro y pequeños empresarios, de los cuales en su mayoría han heredado los oficios y están dispuestos a mantenerlos.

- No existen políticas claras para el fomento de las industrias culturales en la zona.
- El concepto de industrias culturales no está arraigado en los productores que se encuentran enmarcados en este sector, es aún un concepto aislado.

En la siguiente sección se detalla la metodología diseñada por L. Lazzeretti y P. Cooke, a través de la cual se pretende establecer el potencial de la cultura para generar mejoras económicas, mediante la evaluación de procesos de estructuración de un distrito cultural asentado en el territorio del Centro Histórico de Quito.

Identificación de estructuración de distritos culturales. Metodología CAEH.

En el año 2008, los autores Cooke P. y Lazzeretti L. publicaron el estudio denominado “The Cultural districtualisation model” en el cual plantean un modelo distrital para localidades con alto nivel cultural, a través de una metodología denominada CAEH -utilizada en la identificación de clusters culturales para ciudades europeas como Florencia o Sevilla-.

El estudio concibe a la cultura como factor de producción, capaz de generar riqueza. Predominan dos conceptos: i) los patrimonios cultural, artístico y natural representan recursos que tipifican a las localidades clasificadas como de alto nivel cultural, y, ii) los clusters de alta cultura son un conjunto de actores transformadores y generadores de valor, a través de los recursos creativos.

El grupo de elementos artísticos -denominados “CAEH”- representan:

Un conjunto de recursos tangibles e intangibles que pueden ser adscritos a un origen común, y compuestos por tres componentes: arte, cultura y medio ambiente. Al parecer, realizan dos funciones fundamentales: a) pueden identificar el potencial artístico de un lugar, lo que nos permite distinguir los lugares de alto interés cultural de los que no lo son; y b) pueden identificar el capital simbólico (densidad cultural alta) de la ciudad artística (Lazzeretti, 2003:639).

Las localidades de alto nivel cultural (HC) son definidas como

Lugares artísticos y culturales, en los que un conjunto de actores económicos, no económicos e institucionales deciden utilizar algunos de los recursos idiosincrásicos compartidos (artísticos, culturales, sociales, medioambientales), con objeto de

desarrollar un proyecto común, que es simultáneamente un proyecto económico y un proyecto de vida. (Lazzaretti, 2006:13).

El modelo tiene el objetivo principal de identificar tres elementos característicos y predominantes de los distritos culturales: i) presencia de lugares con alto nivel cultural; ii) identificación de clusters económicos y no económicos, encargados de poner en valor los recursos culturales de la zona; y, iii) localización territorial de los recursos y actores culturales de la localidad.

La metodología CAEH está compuesta por cinco categorías, con sus respectivos métodos de análisis:

CUADRO No.4
Categorías de la Metodología CAEH

INSTRUMENTOS CONCEPTUALES	MÉTODOS DE ANÁLISIS
Recursos objetivos, visión y evaluación de su potencial - Definición de la CAEH en sus componentes artísticos, culturales, ambientales y medioambientales - Identificación de las relaciones entre los componentes de la CAEH	Análisis CAEH / recursos: - Identificación y catalogación de recursos tangibles e intangibles - Mapa de recursos de los clusters - Análisis de las redes de trabajo aplicadas a los recursos
Recursos subjetivos y visión idiosincrática - Definición de los lugares CAEH que son o pueden ser percibidos por públicos distintos como una síntesis y /o una selección de elementos de los recursos CAEH	Análisis CAEH / Stake- holders: - Investigación de mercados con diferentes sectores públicos dentro de la imagen real y percibida de la localidad - Análisis de las relaciones entre las distintas imágenes - Análisis del valor idiosincrático de los recursos CAEH
Clusters: - Identificación de los clusters HC como una red de trabajo de actores económicos, no económicos e institucionales y las relaciones de los actores	Análisis CAEH clusters/ actores y relaciones entre los actores: - Identificación de los actores y el cluster como un todo (ciudad artística) y de los sub clusters que lo componen (ej: museos , música) - Análisis infra- clusters (investigación de relaciones entre los actores del cluster) - Análisis inter- clusters (investigación de las relaciones entre los clusters de la localidad) - Análisis cluster a cluster (investigación entre las relaciones de los clusters internos y externos del HC)
Gobierno: - Dirección de los recursos de sistema local y los actores	Análisis del comportamiento de los actores: - Identificación de las políticas y las estrategias de mejoras de la CAEH - Análisis de mejores prácticas - Análisis de los principales problemas detectados por los actores - Análisis de las políticas y las estrategias entre los actores
Estructuración cultural del distrito de un lugar HC - Grados y formas de estructuración cultural de distrito y sistema local de HC	Análisis dinámico del proceso de estructuración de distrito - Análisis SPL (empresas y otros actores) - Análisis de la comunidad local - Análisis de las relaciones entre SPL y la comunidad local

Fuente: (Lazzaretti L,2008)

Para la presente investigación se tomará la primera categoría de análisis -Recursos objetivos, visión y evaluación de su potencial- mediante la cual se identificarán los recursos culturales, ambientales y medioambientales, así como las relaciones entre los distintos actores dentro del territorio de Centro Histórico de Quito (CHQ), con el fin de

determinar si esta zona representa un territorio HC, con el potencial de transformarse en un distrito cultural.

Para el efecto se desarrollarán los siguientes pasos:

- i) Identificar los recursos tangibles e intangibles ubicados en el CHQ, a través de un levantamiento de información de campo;
- ii) Construir un mapa de geo-referenciación de los íconos culturales, en dónde se muestre la ubicación de los recursos identificados dentro del territorio analizado, y,
- iii) A través de una matriz de criterios, determinar las posibles redes de trabajo que detonarían el desarrollo de un distrito cultural en la zona.

El marco conceptual para la definición de los distintos sectores y sub sectores de las industrias culturales será el descrito en el estudio “*Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*”, desarrollado en el primer capítulo del presente trabajo.

El territorio estudiado está compuesto por los siguientes barrios: González Suárez, San Blas, San Marcos, La Loma, San Sebastián, San Roque, La Merced y La Tola (Anexo 1). Estos fueron definidos como los barrios de mayor trascendencia comercial, histórica y cultural en el “*Estudio de la oferta y demanda de servicios turísticos en el Centro Histórico de Quito*”, realizado en el por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2005, documento que sirve de fuente secundaria de información para éste trabajo.

CAPITULO III.

ANÁLISIS CAEH DE LOS RECURSOS CULTURALES DE CENTRO HISTÓRICO DE QUITO.

Identificación de los recursos culturales, tangibles e intangibles, del Centro Histórico de Quito.

Con el fin de identificar este tipo de recursos en el centro colonial de Quito, se realizó un levantamiento de campo a fin de registrar todas las locaciones que pueden ser enmarcadas en la definición de Industria Cultural.

El espacio -universo de levantamiento- estuvo conformado por los principales barrios del CHQ: González Suárez, San Blas, San Marcos, La Loma, San Sebastián, San Roque, La Merced y La Tola. A éstos se añadió el barrio Manosalvas, considerarlo importante para la investigación, dadas sus características.

Para el levantamiento se efectuó observaciones directas en el territorio conformado por los barrios antes referidos, durante el mes de junio del 2010. Se determinó la existencia de un recurso tangible o intangible, siempre que este se enmarque dentro de los sectores definidos como industrias culturales de acuerdo al estudio elaborado por el Banco Interamericano de Desarrollo.

Los locales clasificados dentro de la industria gastronómica, y que se enmarcan como industria cultural, son aquellos lugares que ofrecen comida tradicional de Quito.

Los recursos tangibles e intangibles identificados en el levantamiento de campo de la presente investigación, fueron los siguientes:

Barrio Manosalvas

Este barrio forma parte de lo la parroquia conocida antiguamente como “El Sagrario” o “La Catedral”. Actualmente la zona es más conocida como “Plaza Grande”. Aquí se albergan edificaciones administrativas y religiosas importantes de la ciudad, entre los que destacan: Palacio Presidencial, Palacio Municipal y el Palacio Arzobispal. Es uno de los barrios mejor equipados de servicios turísticos dentro del Centro Histórico de la ciudad. (Chu, 2005)

Como recursos culturales se identificaron:

- **Museo Casa de Sucre:** desde 1977, la antigua casa del Mariscal Antonio José de Sucre, y su esposa la quiteña Mariana Carcelén, fue abierta al público como museo, una vez que fue restaurada por el Ministerio de Defensa del Ecuador (<<http://www.in-quito.com>>,2010). El museo se divide en dos plantas y contiene ropa, recuerdos, objetos y muebles de uno de los más importantes libertadores del país, elementos a través de los cuales se describe la vida del “Mariscal de Ayacucho”.

- **Museo de la Ciudad:** se encuentra ubicado en el edificio civil más antiguo de la ciudad. En 1565 en esta edificación fue fundado el Hospital de la Misericordia de Nuestro Señor Jesucristo, que en siglo XIX pasó a denominarse Hospital San Juan de Dios. En 1994 se iniciaron las obras de recuperación del inmueble y en 1998 fue abierto como museo (<www.museociudadquito.gov.ec>, 2010). Cuenta con cinco salas permanentes que representan las costumbres, tradiciones y cultura de la ciudad de Quito desde el siglo XVI hasta el XIX. Adicionalmente se encuentra la capilla de Nuestra Señora de los Ángeles, la iglesia del antiguo hospital y la sala Eugenio Espejo, antigua morgue.

- **Museo María Augusta Urrutia:** en 1998 la Fundación Mariana de Jesús finalizó la restauración de la antigua casa de la señora María Augusta Urrutia, convirtiéndola en un museo (<<http://www.fmdj.org>>, 2010). La señora Urrutia Barba perteneció a una familia de terratenientes quiteños y dedicó su vida a obras sociales, donando su fortuna para la construcción de obras de filantropía. El actual museo está constituido por dos plantas y muestra la vida de María Augusta Urrutia, además de ejemplificar las costumbres de las familias quiteñas acaudalas de la primera mitad del siglo XX.

- **Museo Numismático:** perteneciente al Banco Central de Ecuador. Muestra la historia numismática del país, desde los mecanismos de intercambio de las poblaciones pre colombianas, la evolución de la moneda en la Colonia, la emisión de billetes y monedas de los Bancos Privados del país, desde la primera etapa republicana, hasta la segunda década del siglo XX en donde se centralizo la emisión de la moneda en el Banco Central del Ecuador; y, la adopción del dólar americano.

- **Iglesia de la Compañía de Jesús:** una de las edificaciones más representativas del barroco americano. Este templo jesuita fue construido entre 1605 y 1765 y en su edificación participaron muchos artistas pertenecientes a la Escuela Quiteña. (<<http://www.in-quito.com>>,2010).

La fachada de la iglesia fue hecha en piedra gris de origen volcánico, cuyo más mínimo detalle fue tallado, en donde se encuentran símbolos representativos de la religión católica y de cultos precolombinos, mostrando a través del arte el sincretismo que se produjo entre las culturas americanas y la española. Gran parte del interior de la iglesia está cubierta por finas láminas de oro de 23 kilates (pan de oro). Se encuentra decorada con hermosas obras de arte de artistas quiteños. Entre los lienzos más destacados están el cuadro de El Infierno y El Juicio Final, que en la época de la colonia representaban mecanismos para la evangelización de los ciudadanos.

- **Iglesia de El Sagrario:** construida entre 1706 y 1747, no se conoce quién realizó los planos pero en el ornamento se incluye obras de grandes artistas de la Escuela Quiteña como Bernardo de Legarda, Cristóbal Gualoto y el pintor Francisco Albán. La estructura fue edificada por Legarda y posee un estilo renacentista italiano. (<<http://www.in-quito.com>>,2010)

- **Iglesia La Catedral:** constituye el templo mayor de las dignidades eclesiásticas. Ubicada en la Plaza Grande, o plaza mayor, hasta el siglo XVI estaba cubierta por paja. La edificación que se aprecia actualmente fue completada entre los siglos XVII y XVIII (<<http://www.in-quito.com>>,2010). Es una suma de estilos (barroco, mudéjar, rococó, neogótico y neoclásico).

Alberga numerosos tesoros entre los que se destacan el coro catedralicio, tallado por Caspicara, el lienzo del Tránsito de la Virgen realizado por el pintor Manuel Samaniego, las cuatro pinturas que adornan las naves laterales realizadas por el pintor Bernardo Rodríguez, el cuadro la Inmaculada de Legarda, el lienzo de La Muerte de la Virgen de Miguel de Santiago, la “Sábana Santa” de Caspicara. Los retablos y el púlpito se encuentran cubiertos por pan de oro. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2002)

Entre los atractivos al interior se encuentra una capilla dónde reposan los restos del Mariscal Antonio José de Sucre. También contiene los restos del primer Presidente de la República, Juan José Flores, y los del presidente Gabriel García Moreno. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2002)

Durante la Semana Mayor de la Cristiandad, conocida como Semana Santa, se suscita en la Catedral el Arrastre de Caudas, antigua ceremonia funeraria heredada del Imperio Romano y que en la actualidad se realiza únicamente en las ciudades de Sevilla, Lima y Quito. (<<http://www.quito.com.ec>>, 2010)

- **Monasterio de Santo Domingo:** la construcción de la iglesia se inició en el año 1581 y finalizó a mediados del siglo XVII; junto a la iglesia se encuentra una capilla denominada de Nuestra Señora del Rosario, en dónde posteriormente se fundó una de las cofradías más importantes de la ciudad. En 1586 trabajó en Santo Domingo el fray Pedro Bedón, fundador de la Escuela Quiteña de pintura. (<<http://www.in-quito.com>>,2010)

En 1880 un grupo de sacerdotes italianos llegó a la ciudad con el objetivo de modernizar el culto de los Dominicos, en este afán se cambió por completo la decoración de la Iglesia. Por esta razón posee tres naves y muestra una decoración neoclásica con estilo Mudejár.

La Plaza de la iglesia constituía antiguamente una de las entradas a la ciudad, donde se encontraba a las llamadas “cajoneras”, tradicionales vendedoras informales que vendían productos de lino y muñecas de trapo.

- **Monasterio de Santa Catalina de Siena:** data del siglo XV y representa uno de los cinco monasterios de claustro más antiguos de la ciudad. Fue fundado durante la Revolución de las Alcabalas el 14 de marzo de 1593. (Navarro, 2004).

Actualmente el convento posee un museo de cuatro salas abiertas al público, en dónde se albergan más de 100 piezas de arte (esculturas, lienzos y telas pertenecientes a los siglos XVII y XVIII).

Las monjas de claustro fabrican y venden al público medicinas tradicionales como: jarabe de ajo, agua para el corazón, crema antiarrugas, condurango para el cáncer, pasteles y postres tradicionales como turrón, mermelada de guayaba; y, vino de comunión.

- **Convento de El Carmen Alto:** fue construido en 1653 y entregado en 1661 a la orden de Las Carmelitas (<<http://www.in-quito.com>>,2010), dónde albergan a más de 21 monjas residentes. De acuerdo a la historia este claustro estaba conformado únicamente por mujeres pertenecientes a familias de altos recursos. En la actualidad se puede comprar miel, vino, hierbas y productos de medicina tradicional, a través de una puerta giratoria. Otro atractivo constituye el lugar donde vivió la santa de la ciudad de Quito, Mariana de Jesús.

Teatro Bolivar: a principios del siglo XX, los hermanos Mantilla Jácome se propusieron desarrollar proyectos empresariales en la ciudad de Quito, entre los cuales estaban una agencia de carruajes, un hipódromo, la imprenta El Comercio (que posteriormente pasó a ser el principal diario de la ciudad, y una red de teatros y hoteles. (<<http://www.teatrolivar.org>>, 2010)

Dentro de este último proyecto se concibió la edificación del Teatro Bolivar. Su construcción estuvo a cargo de la firma americana Hoffman & Henon y fue inaugurado en 1933, con una capacidad de 2.400 espectadores. La edificación tiene un estilo neoclásico con elementos arabescos y pronto pasó a convertirse en uno de los referentes culturales y artísticos de la ciudad. (<<http://www.teatrolivar.org>>, 2010)

En el año de 1998 un incendio provocado por uno de los locales ubicados en la planta baja del teatro quemó el 70% de la estructura. Sin embargo, se ha continuado presentando eventos culturales, manejando el concepto de un escenario “sobre las cenizas”, (<<http://www.teatrolivar.org>>, 2010). Actualmente continúa funcionando escenario de eventos culturales así como lugar para la realización de eventos promocionales.

Entre los años 2004 y 2005 el Teatro Bolívar es nominado, por el World Monuments Funds, como uno de los 100 bienes patrimoniales en alto riesgo de extinción en todo el mundo. Se ha conseguido el apoyo de varias organizaciones para su rehabilitación, logrando así importantes avances. (<<http://www.teatrobolivar.org>>, 2010)

- **Plaza de la Independencia / Plaza Grande:** es la plaza central del Centro Histórico de la ciudad, en dónde se encuentran concentradas las edificaciones importantes como la Catedral Metropolitana, el Palacio de Carondelet (Palacio Presidencial), el Palacio Municipal y el Palacio Arzobispal.

En el centro de la plaza se encuentra ubicado el Monumento a los Héroes de la Independencia, colocado en 1906, con el fin de conmemorar el centenario del Primer Grito de la Independencia. (<<http://www.quito.com.ec>>, 2010)

A más de los elementos importantes que la componen, la plaza es un lugar de testimonio de múltiples acontecimientos políticos, sociales y culturales. Hasta la actualidad es un punto de encuentro de la sociedad quiteña.

- **Palacio de Carondelet/ Palacio Presidencial:** es la sede del Gobierno del Ecuador y residencia del Presidente de la República. Durante la época colonial era conocido como Palacio Real de Quito, en razón de que era la sede de la Real Audiencia de Quito. (<<http://www.quito.com.ec>>, 2010)

Se lo conoce también como Palacio de Carondelet debido a que el autor de la fachada de la edificación fue el Barón de Carondelet, Francisco Luis Héctor, Presidente de la Real Audiencia de Quito, desde 1799 hasta 1807. (<<http://www.quito.com.ec>>, 2010)

El 6 de agosto de 1875 el Palacio fue escenario del asesinato del entonces mandatario de la República, Gabriel García Moreno, al momento de ingresar a la Casa de Gobierno un grupo de conspiradores atacaron a García Moreno, actualmente en el lugar de los hechos se encuentra una placa de piedra con la leyenda “Dios no muere. Aquí cayó asesinado el presidente de la República,

Gabriel García Moreno, el 06 de agosto de 1875". (<http://bibliotecamunicipaldeguayaquil.gov.ec>), 2010).

En septiembre del 2007 el Palacio de Carondelet pasó a ser un museo de acceso público. La visita comprende los salones principales del Palacio entre los que se encuentran: el Salón Amarillo o de los Presidentes, Salón de Gabinetes, Salón de Banquetes, patios internos, una sección en dónde se exhiben los obsequios que los distintos presidentes de la república han recibido durante sus mandatos. (<http://www.quito.com.ec>), 2010)

- **Palacio Arzobispal:** es la sede de la autoridad religiosa y residencia del Obispo, desde el siglo XVI, constituye una de las edificaciones más antiguas de la ciudad (<http://www.quito.com.ec>), 2010). Actualmente gran parte de sitio se encuentra adecuado para fines comerciales, funcionan algunos restaurantes de comida típica, gourmet y sitios de servicios turísticos.

Centro Cultural Metropolitano: la manzana en la cual funciona el actual edificio del Centro Cultural Metropolitano fue ocupada por primera vez en el año 1594 por los jesuitas, las casas ubicadas en este sitio fueron utilizadas como sede del Colegio Seminario de San Luis. (<www.centrocultural-quito.com>, 2010)

En el año 1597 se inicia en este sitio la construcción del Colegio Máximo jesuita. Esta gran edificación brindaba algunas funcionalidades entre las que se incluían: una botica, panadería, huertas, y por sobretodo la primera universidad de Quito: de San Gregorio Magno, que poseía una importante biblioteca. Esta institución educativa era una de las más destacadas de América del Sur. (<www.centrocultural-quito.com>, 2010)

En 1776 la Corona dispuso la expulsión de la orden jesuita de América Latina, por lo que la edificación pasó a ser utilizada como la Real Fábrica de Tabaco, presidio para hombres y mujeres (1779 – 1791), Real Colegio Mayor y Seminario de San Luis (1786), Real Universidad de Santo Tomás de Aquino (1788) y Biblioteca Pública (1792) . (<www.centrocultural-quito.com>, 2010)

En 1791, el precursor de la independencia quiteña, Eugenio Espejo, fue nombrado primer bibliotecario público. Aquí llevó a cabo dos de sus principales proyectos: la edición del primer periódico de la Real Audiencia de Quito, Primicias de la Cultura de Quito y la creación de la Sociedad Patriótica de Amigos del País de Quito. (<www.centrocultural-quito.com>, 2010)

Un año después del Primer Grito de la Independencia, 10 de agosto de 1809, las tropas reales apresaron a los miembros de la Junta Soberana considerando que estos eran peligrosos para una futura insurrección. Muchos de ellos fueron encarcelados y asesinados en los calabozos de las actuales instalaciones del Centro Cultural Metropolitano. (<www.centrocultural-quito.com>, 2010)

En los inicios de la república el edificio pasó a albergar la Casa de la Moneda (1832), La Imprenta Nacional, el Congreso Nacional, la Biblioteca Pública, el primer Museo Nacional y la Biblioteca Nacional. En 1827 la Universidad de Santo de Tomás de Aquino pasó a ser la Universidad de Quito, que posteriormente en 1836 fue denominada la Universidad Central, constituyéndose hasta en el siglo XX en el principal centro de formación superior del país. (<www.centrocultural-quito.com>, 2010)

En la actualidad el edificio alberga el Centro Cultural Metropolitano, que se encarga de dirigir algunos de los principales eventos culturales de la ciudad de Quito. Adicionalmente alberga la Biblioteca Municipal, cuenta con salas de exposiciones y el Museo de Arte e Historia Alberto Mena Caamaño, conocido como el “museo de cera” por contar con figuras de este tipo que representan la historia colonial e independentista de la ciudad.

- **Antiguo Banco Central del Ecuador:** hasta el año 1992 en este lugar funcionó el Museo del Banco Central del Ecuador, en dónde se conservaban piezas que datan de las culturas pre colombinas y obras de arte de la época colonial. En 1992 el museo pasa a las instalaciones de la Casa de la Cultura del Ecuador, ubicada en el centro - norte de la ciudad, y el edificio se queda con el archivo histórico de la institución. (<<http://www.bce.fin.ec>>, 2010).

Entre los restaurantes que ofrecen comida típica están:

- Vista Hermosa
- Hasta la Vuelta Señor
- Frutería Montserrat

Dentro de esta zona se encuentra una de las calles tradicionales del Centro Histórico de la ciudad, la Morales, más conocida como “La Ronda”, zona bohemia de la ciudad a mediados del siglo XX, en dónde encontraban ubicadas casas pertenecientes a poetas, pintores, artesanos y músicos.

El proceso de rehabilitación de la calle “La Ronda” finalizó en el año 2006; actualmente funcionan en ella una serie de establecimientos relacionados con el turismo, entre los cuales se destacan los restaurantes y venta de artesanías.

Entre las principales tiendas de artesanías ubicadas en esta tradicional calle se encuentran:

- Jamay Artesanías
- Khipus Artesanías
- Diablo Huma Artesanías:
- Velas Jerusalem: dedicada a la elaboración de velas religiosas y decorativas.
- Yapacunchi Artesanías:
- Tienda Andina Artesanías.
- Loba Humacatama: elaboración y venta de sombreros.
- Tierra Andina Artesanías

Además en La Ronda se encuentra el Fondo Bibliográfico del Fonsal (Fondo de Salvamento de Patrimonio).

Los restaurantes más destacados de esta calle, con oferta de gastronomía nacional, son:

- Centro Cultural La casa de Juan – Café Sibarí (además de cafetería el lugar posee un espacio para la realización de presentaciones artísticas, con capacidad de hasta 100 personas).

- Tampu
- Cafeto
- Rincón Quiteño
- Santa Gula
- Café Restaurante Leña Quiteña
- Casa de los Geranios
- La Taberna Colonial
- La Antorcha Colonial
- Café Musical
- Café la Soberbia
- La Capitalina
- Café Taita Pendejadas
- Chaquiñán
- La Olla de Barro
- Restaurante Chulla Quiteño

Como terminación de la calle “La Ronda” fue inaugurada también la Plaza Cumandá, en el lugar donde -hasta el año 2009- funcionó el antiguo Terminal Terrestre de Quito.

Barrio González Suárez

Con el barrio Manosalvas, este formaba parte de la antigua parroquia de “El Sagrario”. Antiguamente era denominado como la “plazuela de las carnicerías”, ya que en este sitio se realizaban las principales corridas de toros, elemento tradicional de la cultura de la ciudad. (Chu, 2005)

Entre los principales elementos culturales de la zona están:

- **Iglesia de Santa Bárbara:** la construcción original se suscita en el siglo XVI. Tras el terremoto de 1987, la iglesia quedó destruida, por lo que formó parte de las obras de reconstrucción ejecutadas por el Fondo de Salvamento del Patrimonio (FONSAL). (<http://mediateca.educa.madrid.org>, 2010).
- **Iglesia y Convento de San Agustín:** los planos de esta edificación fueron trazados a finales del siglo XVI, la construcción se inició en el siglo XVII y una vez terminada la obra fueron traídos retablos, desde Roma, para la constitución

del altar mayor. Varias de las pinturas del convento fueron ejecutadas por artistas de la Escuela Quiteña, entre los cuales se destacan las obras de Miguel de Santiago. (<http://www.migueldesantiago.com>, 2010)

- Adicional al claustro y la iglesia, en el convento de San Agustín se encuentra la Sala Capitular, célebre porque en este lugar se firmó el Acta de la independencia del 10 de agosto de 1809. (<http://www.migueldesantiago.com>, 2010)

- **Iglesia y Convento de El Carmen Bajo:** el Carmen Moderno o Carmen Bajo fue construido a partir de la destrucción del monasterio de Nuestra Señora del Carmen de la ciudad de Latacunga, luego del terremoto de 1698. La edificación fue terminada en el año 1745, tiene un estilo barroco. Alberga la obra denominada Nuestra Señora del Carmen realizada por la madre Magdalena Dávalos quien fue una destacada pintora y escultora que vistió el hábito del monasterio en 1742, (<<http://www.in-quito.com>>,2010). El Carmen Bajo es uno de los cinco monasterios de monjas que alberga, hasta la actualidad, la ciudad de Quito.

- **Convento de La Concepción:** fue el primer convento de monjas de la ciudad, fundado en 1577. Su nombre completo es Monasterio de la Pura y Limpia Concepción. La iglesia fue terminada a principio del siglo XVII. El retablo mayor está decorado con descaséis grandes espejos que poseen hermosas molduras y su única nave está estructurada con madera tallada. (<<http://www.in-quito.com>>,2010)

Teatro Nacional Sucre: es el primer teatro de la ciudad de Quito, su construcción inició en el año 1877 y concluyó diez años después. Fue símbolo de progreso de la ciudad y de su sociedad, tomando en consideración que -para la época- el teatro representaba un espacio para el cultivo de virtudes. (<<http://www.teatrosucre.org>>, 2010)

En los primeros cincuenta años de vida se realizaban alrededor de tres grandes espectáculos anuales; el tiempo restante fue utilizado para presentaciones de

escuelas y colegios, bailes de gala, matrimonios o fiestas de carnaval. En la primera mitad del siglo XX se realizan un mayor número de presentaciones, en las destacaban las óperas. (<<http://www.teatrosucre.org>>, 2010)

En la década de los noventa y principios del siglo XXI se realizaron importantes obras de restauración, protección y reforzamiento la inmueble. Se crea la Fundación Teatro Nacional Sucre, que se encuentra a cargo de la administración y promoción del este Teatro así como de organizar otros eventos culturales de la ciudad. (<<http://www.teatrosucre.org>>, 2010)

Teatro Variedades – Ernesto Albán: ubicado en la emblemática Plaza del Teatro, diagonal al Teatro Nacional Sucre. Fue constituido como teatro en el año 1913 y –posteriormente- en la década de los cuarenta integra la cadena de cines Mantilla (al igual que el referido Teatro Bolívar). Funcionó como tal hasta el año 1994. (<<http://www.teatrosucre.org>>, 2010)

En ese año fue adquirido por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y durante los años 2005 y 2006 rehabilitado. Luego de este proceso recibe el nombre del Ernesto Albán, en honor a uno de los más importantes actores del país. (<<http://www.teatrosucre.org>>, 2010)

Actualmente es escenario de múltiples espectáculos en los que se incluye teatro, música de cámara, danza, cine y espectáculos de variedad. Se encuentra bajo la administración de la Fundación Teatro Nacional Sucre.

Plaza del Teatro: la plaza dónde se sitúan los Teatros Nacional Sucre y Variedades se denomina Plaza del Teatro. En el siglo XVI era conocida como la Plaza de las Carnicerías, en el siglo XVII se efectuaban corridas de toros y en el año 1786 se conforma la primera plaza de toros de la ciudad. Para el año 1867 se prohíben la realización de corridas, al ser consideradas por el Gobierno como una práctica bárbara, y se ordena la construcción de un teatro en el espacio, edificándose el Teatro Nacional Sucre. (<<http://www.teatrosucre.org>>, 2010)

Hasta mediados del siglo XX la plaza disponía de una pila en el centro, lugar de convocatoria de los habitantes de la ciudad (<<http://www.teatrosucre.org>>, 2010).

En la actualidad es un lugar para la realización de eventos culturales al aire libre, organizados por la Fundación Teatro Nacional Sucre. Uno de los eventos más populares que se efectúa es el denominado “Jazz en la Plaza”.

- **Antiguo Circulo Militar:** en el predio dónde se encuentra el Antiguo Circulo Militar funcionó originalmente el colegio Juan Montalvo y posteriormente la Primera Zona Militar. La construcción del edificio se inició en 1926 y se terminó en 1936, convirtiéndose en un sitio para todo tipo de eventos. En el año 2004 se inició un proceso de rehabilitación del edificio. Actualmente es utilizado para eventos protocolarios y convenciones internacionales. (<<http://www.circulomilitar.com.ec>>, 2010)
- **Cafetería San Agustín:** es uno de los establecimientos de comida más antiguos de la ciudad, que se conserva. Tiene 130 años de vida en el mismo lugar, ubicado frente al Convento de San Agustín. (<<http://www.quito.com.ec>>, 2010)
- **Café del Teatro:** ubicado en la Plaza del Teatro, es un sitio de comidas nuevo, creado a partir de la restauración de la Plaza y de los Teatros Sucre y Variedades.

Barrio San Blas

Fue una de las primeras parroquias de Quito, representando en 1568 el límite norte de la ciudad. Tenía el fin de ubicar y concentrar a la población indígena. Alrededor del año 1920, Don José Rafael Delgado, propietario de varios lotes de la zona, descubrió lo que fue un cementerio de la época precolombina, determinándose que el área había sido un importante centro, en dónde se intercambiaba productos con zonas aledañas como Guápulo o Guayllabamba. Actualmente este es un barrio de residencial – popular. (Chu, 2005)

Entre los principales recursos culturales se destacan:

- **Iglesia de San Blas:** junto con San Sebastián es la iglesia parroquial más antigua de la ciudad, fue construida en 1620 en una ladera de la loma Itchimbia, cerca de los antiguos pastizales de Ñaquito, en lo que es actualmente el parque de La Alameda. La fachada principal es de muro y adobe y se caracteriza por ser una iglesia con una estructura y decoración más modestas que las ubicadas en los otros barrios del Centro Histórico de la ciudad. (<<http://www.quito.com.ec>>, 2010)
- **Plaza de Toros Belmonte:** en esta locación no solo se realizaban corridas de toros sino también bailes de máscara, partidos de básquet y encuentros de boxeo. La segunda inauguración de la plaza fue en el 1920. (Freire, 2002).

Actualmente se encuentra bajo la administración privada y es utilizada para eventos empresariales, corridas de toros y festivales

Barrio San Marcos

Fundado aproximadamente en el año 1595, junto con el barrio San Roque, a fin de expandir los límites occidental y oriental de la ciudad. Originalmente fue constituido como un barrio para las poblaciones indígenas, sin embargo, con los años se convirtió en un barrio residencial de familias españolas y criollas. (Chu, 2005)

Los principales recursos culturales de la zona son:

- **Museo de Arquitectura del Ecuador.**
- **Museo Manuela Saenz:** es una antigua mansión que dispone de once habitaciones en las que se exponen pinturas, libros y objetos personales de Manuela Saenz, a través de los cuales se narra la vida de esta protagonista del nacimiento de la República del Ecuador. Además, dispone de obras de arte de los siglos XVI al XX.
- **Museo de acuarela y dibujo Muñoz Mariño:** Inaugurado el 25 de febrero del 2010. Funciona en una casa recuperada por el Fondo de Salvamento del Patrimonio y muestra las obras del pintor Oswaldo Muñoz Mariño, que durante ocho décadas se dedicó a captar en sus pinturas los sitios, edificios, rincones y lugares de Quito, convirtiéndose en un cronista gráfico de la ciudad. (<www.museoacuarelaydibujo.com>, 2010)

El museo además organiza actividades lúdicas a fin de brindar una visión de la revalorización del paisaje urbano. En un futuro se tiene previsto utilizarlo también para la formación de una escuela de acuarela y dibujo, para jóvenes.

- **Iglesia y plaza de San Marcos:** Es uno de los lugares más emblemáticos de la ciudad de Quito, la iglesia fue construida en el siglo XVII y posee un estilo neoclásico. En el ambiente interior dispone de una sola nave, que muestra un retablo de estilo barroco y el púlpito dispone de la imagen de San José con el niño Jesús del arte quiteño.
- La plaza de San Marcos se caracteriza por ser uno de los lugares más tranquilos del Centro Histórico de la ciudad. (<<http://www.quito.com.ec>>, 2010)

- **Fundación Caspicara:** Funciona en una vieja casona de estilo republicano que fue restaurada por el Fondo de Salvamento del Patrimonio. Tiene el fin de promover el arte y la cultura de la ciudad de Quito. Realiza eventos de cine y teatro, talleres, seminarios, conferencias, publicaciones sobre arte y cultura y exposiciones.

- **Guambrateca Metropolitana de Quito:** Creada en agosto de 1990, en el lote dónde funcionaba un antiguo parqueadero perteneciente al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Se constituye como el primer centro de recreación formativa del país para niños que oscilan entre los cinco y doce años. (<<http://www.hoy.com.ec>>, 2010)

Las instalaciones están conformadas por diez salas independientes: biblioteca infantil de carácter pedagógico y no escolar, teatrino de títeres, biblioteca hablada para escuchar cuentos, pinacoteca Manuela Saenz con obras de pintores ecuatorianos y salas de pintura, instrumentos musicales, maquetas, cine, ajedrez, ludoteca que dispone de juegos infantiles; y, sala de ciencias con laboratorios de física y química.

- **Escuela Taller Quito I:** Inaugurada en el año 1992 en las instalaciones de la antigua maternidad de la ciudad, (<<http://www.redinnovemos.org>>, 2010). Es un lugar de entrenamiento de jóvenes en técnicas y oficios tradicionales, con el objetivo de integrar jóvenes al mercado laboral a través de la enseñanza de

técnicas de restauración, rehabilitación y conservación del patrimonio cultural de Quito. Entre los oficios impartidos se encuentran: carpintería, tallado en piedra, pintura, pan de oro, metalurgia, electricidad. Adicionalmente se complementa la enseñanza con matemáticas e idiomas.

El taller se encuentra abierto al público, a fin de mostrar de cerca los procesos que conducen a la conservación del patrimonio cultural de la ciudad. Cuenta con un espacio de venta de las obras realizadas por los estudiantes, que replican muchas de las obras provenientes de la Escuela Quiteña.

- **La Casa San Marcos:** Construida en el siglo XVIII. En el año 2006 fue restaurada y convertida en un hotel boutique, dispone de una galería de arte y coleccionismo que data desde el periodo republicano y una cafetería (<<http://www.casasanmarcos.com>>, 2010). En el piso superior se encuentran habitaciones para visitantes. Adicionalmente, el sitio ofrece instalaciones para eventos. En febrero y marzo del 2010 se realizó en el lugar el Primer Encuentro Internacional de Arte, Cultura y Tradición San Marcos, que durante 16 días llenó las calles y rincones de actividades culturales. Este evento fue organizado por los museos, restaurantes y habitantes del barrio San Marcos.
- **Restaurante Octava de Corpus:** Sitio de degustación de comida internacional, decorado como un museo, con varias obras de arte, esculturas y muebles de época. Dispone de una afamada colección de vinos.

Barrio La Loma

Ubicado en elevaciones topográficas que rodeaban el núcleo central de la ciudad. La calle que atraviesa, a manera de columna vertebral, es la Rocafuerte que culmina en uno de los hitos urbanos del Centro Histórico: la “Mama Cuchara”. (Chu, 2005)

Los principales recursos culturales del barrio son:

- **Centro Cultural Mama Cuchara:** funciona en las antiguas instalaciones del Hospital Pasteur, cuyo edificio fue construido en 1920. A principios de la década de los noventa el inmueble fue comprado por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y rehabilitado, desde ese entonces en este Centro funcionan varias agrupaciones: la Compañía Lírica Nacional, Taller de Arreglos

y Composiciones, Banda Sinfónica Metropolitana de Quito, Orquesta de Instrumentos Andinos, Coro Mixto ciudad de Quito, Ensamble de Guitarras Quito, Conjunto Yavirac y Trío Pambil (<<http://www.teatrosucre.org>>, 2010).

También es utilizado como centro dónde ensayan algunos elencos artísticos. Cuenta con un estudio de grabación, un archivo musical, aulas especiales de ensayo y el Auditorio “Real Garzón Guzmán” con una capacidad de 250 personas, en dónde se realizan proyecciones de Cine Arte. Se encuentra bajo la administración de la Fundación Teatro Nacional Sucre.

Barrio San Sebastián.

Con San Blas y Santa Bárbara, fue uno de los mayores asentamientos indígenas de la colonia. Actualmente se caracteriza por ser un barrio residencial – popular. (Chu, 2005)

Entre los principales recursos culturales se encuentran:

- Iglesia de San Sebastián.

Barrio de San Roque

Fundado, junto con San Marcos, en el año 1595. Era una parroquia habitada por españoles e indígenas de clase media. El papel de sus habitantes fue importante en la “revuelta de los estancos”, que representó un proceso de subversión de la época colonial. (Chu, 2005)

Los principales recursos culturales son:

- **Iglesia de San Francisco:** Una de las construcciones más representativas de la ciudad y la primera iglesia de la ciudad de Quito. Su fachada es severa dentro de los cánones renacentistas, el retablo del altar mayor está poblado de estatuas, en ambos lados de la iglesia se encuentran pequeñas capillas. Conjuntamente con el convento guarda una cantidad importante de joyas de arte, algunas de las cuales son pinturas del famoso artista quiteño Caspicara.

El conjunto arquitectónico de la iglesia, convento y plaza de San Francisco es el de mayor dimensión de los centros históricos de toda América, por este motivo se lo denominó como el “Escorial del Nuevo Mundo”. (Navarro, 2004)

Se inició su construcción en 1550, pocos años después de que los españoles fundaran la ciudad de Quito, y tuvo una duración de 150 años. Esto dio como resultado una mezcla de estilos artísticos, que la convierte en una expresión única del arte colonial y en uno de los monumentos de mayor importancia dentro de la arquitectura de América. (Navarro, 2004)

En el espacio dónde fue edificada la iglesia se situaba un sitio de intercambio de productos de todas las regiones.

Dentro del altar mayor de la Iglesia se encuentra dos importantes esculturas de la escuela de arte Quiteña, “Virgen de Quito” realizada por Legarda y “Jesús del Gran Poder” que es el ícono principal de una de las mayores procesiones religiosas que se organizan en la semana mayor, el Viernes Santo.

- **Museo Fray Pedro Gocial:** se encuentra entre los claustros y patios del Convento de San Francisco, fue restaurado y adaptado para convertirse en un museo en el año 1983. (<<http://www.museopedrogocial.com>>, 2010)

Conserva una de las más importantes colecciones de arte colonial y religioso de América compuesta por: pinturas, esculturas, textiles y mobiliarios del siglo XVI, XVII y XVIII. Muchas de estas obras provienen de la Escuela Quiteña.

La colección de arte que dispone el museo tuvo origen en el establecimiento de EL Colegio de Arte y Escultura de San Andrés, en dónde se realizaron muchas de las obras que decoran las iglesias del Centro Histórico de Quito, dando forma a la Escuela Quiteña de Arte. En este museo se exhiben obras de algunos de los principales expositores de la Escuela Quiteña: Miguel de Santiago y Legarda. (<<http://www.museopedrogocial.com>>, 2010)

- **Plaza de San Francisco:** fue originalmente el principal mercado indígena, conocido como Tianguis, donde se comercializaban productos provenientes de los Andes, Amazonía y Costa. En esta plaza también se encontraban edificados templos y palacios incas. Precisamente por ser una importante zona para el pueblo indígena es que en este espacio fue construida la primera iglesia de la ciudad. (<<http://www.quito.com.ec>>, 2010)

La plaza de San Francisco por mucho tiempo continuó siendo un lugar de intercambio para los habitantes de la ciudad y las poblaciones aledañas. En la actualidad se realizan algunos eventos culturales.

- **Casa del Alabado – Museo de arte Precolombino:** el museo dispone de aproximadamente 5.000 piezas de arte proveniente de culturas que habitaron en el Ecuador en época pre colombina: Valdivia, Machalilla, Mayo Cinchipe, Chorrera, Bahía, La Tolita, Cañari e Inca, entre otras. La casa donde funciona se encuentra ubicada entre los conventos de San Francisco y de Santa Clara. (<http://www.precolombino.com>), 2010)
- **Colaciones Cruz Verde:** tienda de 90 años de existencia. Fundada por la abuela del actual dueño, Luis Banda, que desde sus inicios produce y comercializa uno de los más tradicionales dulces de la ciudad de Quito: las “colaciones”. En el lugar, a más de vender estos dulces se puede presenciar su elaboración tradicional.
- **Bar Restaurante Tianguetz:** Ubicado en la Plaza de San Francisco, su nombre proviene de los mercados indígenas que se asentaban sobre la actual plaza de San Francisco. Ofrece gastronomía tradicional del Ecuador y cuenta con un Museo – Tienda de artesanías elaboradas por comunidades de diferentes partes del país. Esta certificado como un lugar de comercio justo (International Fair Trade Association). (<http://www.sinchisacha.org>), 2010)

Barrio La Merced

Su nombre se debe al asentamiento de la Iglesia y Convento de Los Mercedarios que, por su filosofía, ocuparon un espacio bastante modesto dentro del Centro Histórico de la ciudad. (Chu, 2005)

Entre los principales recursos culturales se destacan:

- **Museo Nacional de Arte Colonial:** pertenece a la Casa de la Cultura Ecuatoriana y es uno de los museos más antiguos de la ciudad, inaugurado en 1938 (<http://cce.org.ec>), 2010). Posee colecciones de arte de los siglos XVI, XVII, XVIII y principios del siglo XIX, en un total de 1.500 piezas entre las

que se encuentran: pinturas, esculturas, textiles, icnografías, entre otras, que se exhiben en 10 salas de una antigua casa del Centro Histórico.

- **Monasterio de Nuestra Señora de La Merced:** su construcción inició en el año 1559. De estilo barroco y morisco, posee en su interior obras realizadas por el artista Bernardo de Legarda y Miguel de Santiago. Tiene un área de 29.000 metros cuadrados, siendo uno de los lugares con mayor valor histórico y patrimonial del Centro Histórico. (<<http://www.quito.com.ec>>, 2010)
- **Conservatorio Nacional de Música:** fundado en el 1870 por el entonces Presidente Gabriel García Moreno. Después de ser clausurado por Ignacio de Veintimilla, fue re inaugurado en el año 1900. Desde 1944 a 1970 formó parte de la Universidad Central del Ecuador. El conservatorio tiene el objetivo de formar académicamente a niños y jóvenes para músicos clásicos profesionales. (<<http://www.lacult.org>>, 2010)
- **Academia de la Lengua Española:** el lugar dónde se encuentra ubicada la casa formó parte de un complejo que perteneció al inca Huayna Cápac. Posteriormente, en la época de la colonia fue propiedad de tres conquistadores y cuartel de la Real Audiencia de Quito. En el año 1893 pasó a ser la sede la Real Academia de la Lengua Española, fundada en el año 1874. En 1975 el inmueble fue restaurado y se instaló en el primer piso el taller de artesanías Bernardo de Legarda. (<<http://www.rae.es>>, 2010)
- **Radio Francisco Estereo y Jesús del Gran Poder:** pertenece a la comunidad Franciscana de Quito. Como tal, sus principales objetivos están ligados al impulso de la comunicación para impartir orientación espiritual. (<<http://www.franciscostereo.com>>, 2010)
- **Restaurante Vista Hermosa:** además de disponer una vista privilegiada del patrimonio tangible del Centro Histórico de la ciudad, el lugar ofrece variados platos de la gastronomía ecuatoriana.

Barrio La Tola

Con la llegada de la orden Salesiana al Ecuador, el barrio de La Tola experimenta un gran desarrollo. Hasta mediados del siglo XX la mayoría de sus casas eran de adobe, con grandes patios y caminos hechos con huesos de res, había un gran sentido de comunidad y frecuentemente se organizaban mingas con los habitantes de la zona. En la actualidad es un barrio residencial de clases medias y populares. (Chu, 2005)

Hasta 1964 esta zona formaba parte del barrio de San Blas.

Los recursos culturales de la zona son:

- Iglesia Don Bosco

Mapas de geo-referenciación de los recursos culturales en el Centro Histórico de Quito.

MAPA No. 1

Recursos tangibles e intangibles culturales identificados en el CHQ.



- | | | | | | | | | |
|---|---|-----------------------------|---|---|-------------------------|---|---|----------------|
|  |  | Museos y Centros Culturales |  |  | Monasterios y Conventos |  |  | Bibliotecas |
|  |  | Restaurantes |  |  | Teatros |  |  | Academias |
|  |  | Artesanías |  |  | Edificios Patrimoniales |  |  | Plaza de Toros |
|  |  | Iglesias |  |  | Plazas |  |  | Radio |

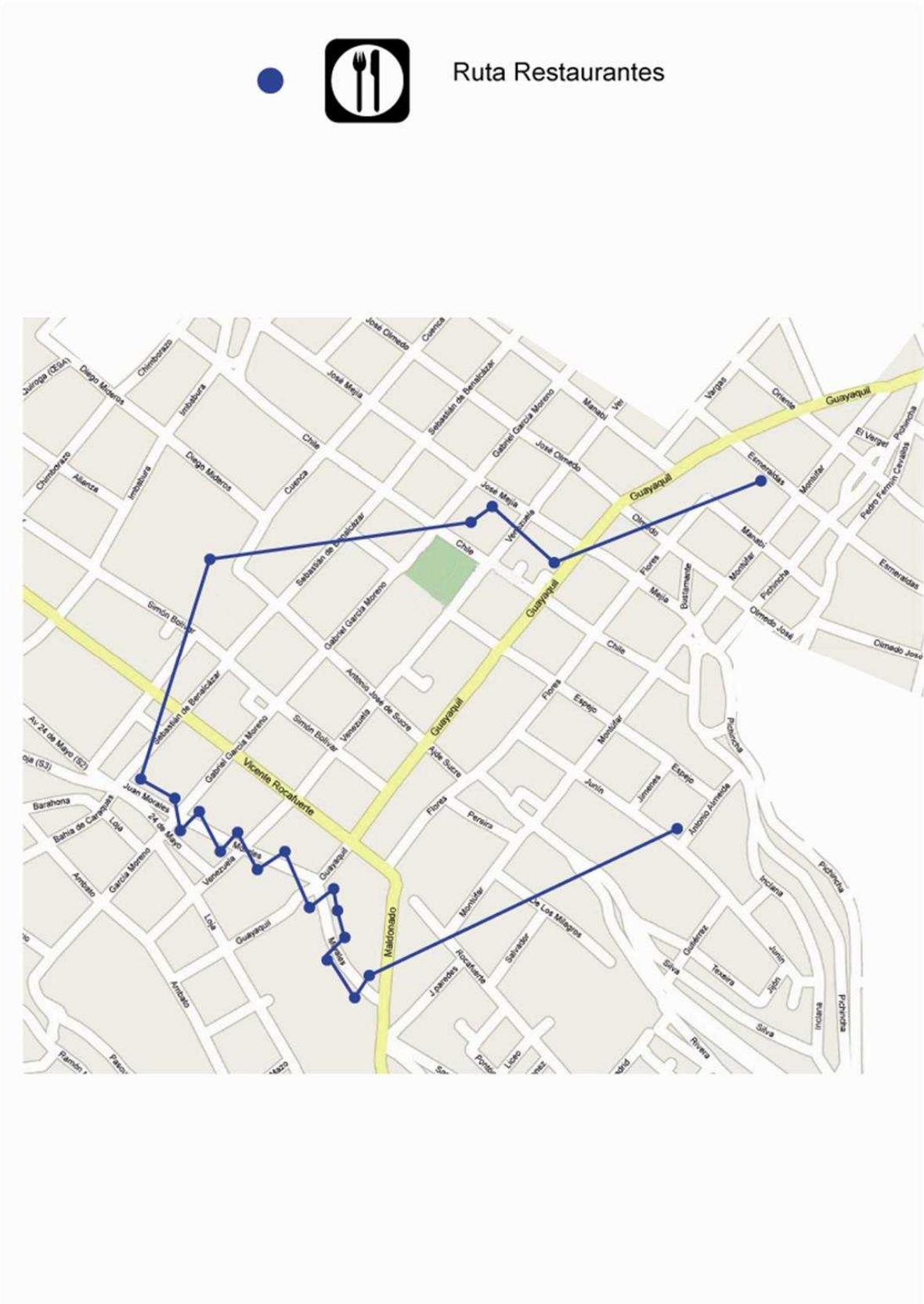
Dentro de este mapa se muestra todos los recursos tangibles e intangibles culturales del CHQ que ha sido identificado y detallados previamente.

A continuación se muestra la ubicación de cuatro posibles rutas, las mismas que podrían constituirse como redes productivas. La determinación de estas rutas se ha realizado de acuerdo a la cantidad de recursos que presenta cada clasificación de industria cultural, es así que tenemos los recorridos conformados por :

- Museos y Centros Culturales
- Restaurantes
- Iglesias
- Monasterios y conventos, edificios patrimoniales y plazas.

Un último mapa nos presenta las cuatro rutas plasmadas, mediante el cual se evidencia que dentro del mismo territorio se encuentran entrelazados los recorridos, lo cual a su vez nos permite determinar que la aproximación geográfica entre los distintos agentes culturales podría dar paso al surgimiento de posibles encadenamientos productivos.

MAPA No.3



Fuente: Elaboración propia con base en datos levantados en trabajo de campo.

MAPA No.4

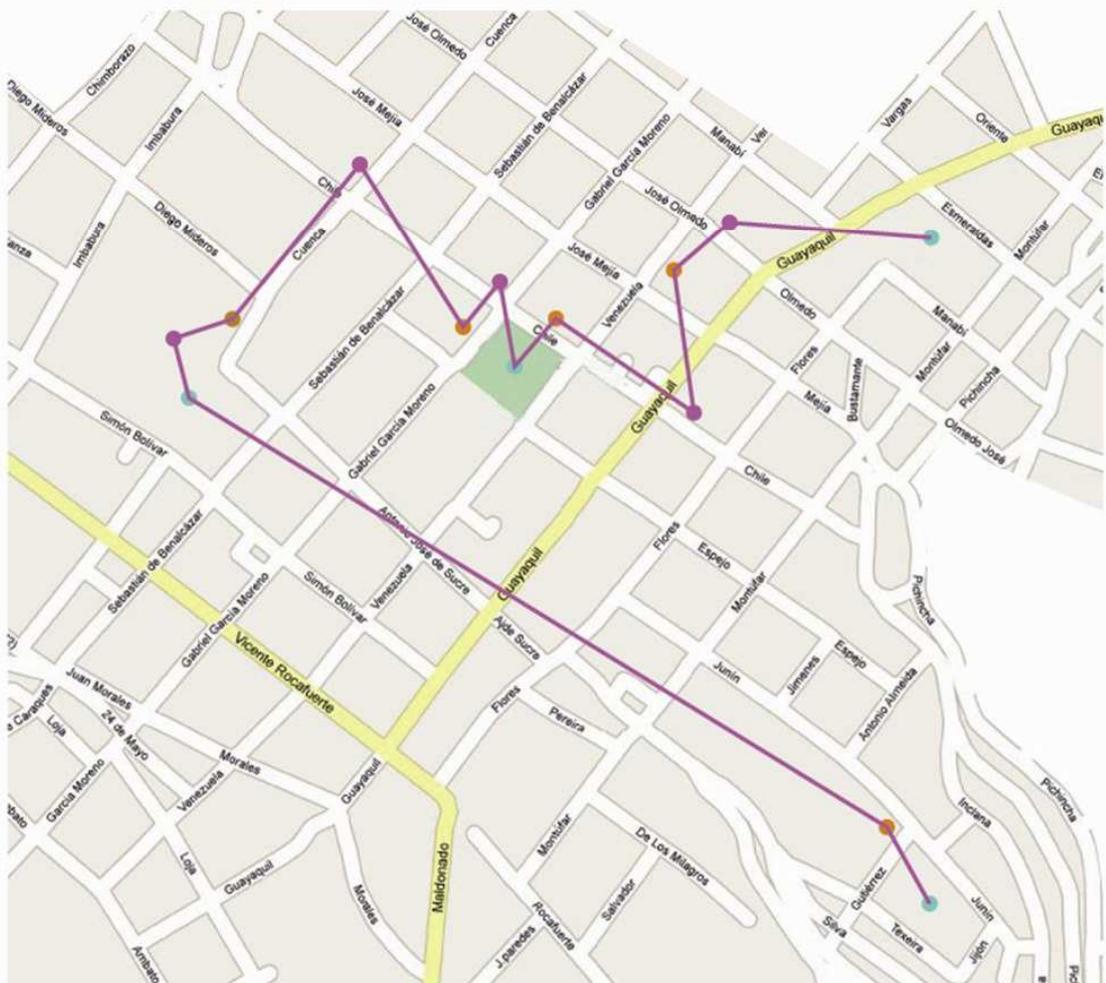


Fuente: Elaboración propia con base en datos levantados en trabajo de campo.

MAPA No.5

Ruta compuesta por:

-   Monasterios y Conventos
-   Edificios Patrimoniales
-   Plazas



Fuente: Elaboración propia con base en datos levantados en trabajo de campo.

Análisis de redes de trabajo de los recursos culturales tangibles e intangibles del CHQ.

Con el fin de identificar las posibles redes culturales que podrían desarrollarse en el Centro Histórico de Quito se han establecido los siguientes criterios de evaluación:

1. **Tipología sectorial de los negocios, en el contexto de las industrias culturales.**
2. **Posibilidad de establecer rendimientos a escala que permitan el ahorro de costos y gastos.** Parte de las ventajas de establecer redes de trabajo se origina en la posibilidad de establecer proyectos en conjunto, que permitan ahorro de costos y gastos a través del establecimiento de rendimientos de escala.
3. **Singularidad -o diferenciación- de los productos ofrecidos, en relación con los competidores del mercado.** El valor agregado en los productos, así como su diferenciación, son parte de la competitividad de un sector. La conformación de redes puede establecer mejoras en la competitividad de los actores.
4. **Participación y co-financiamiento empresarial.** El proceso de construcción de una red implica la ejecución de proyectos en conjunto, que impulsen el desarrollo de todos sus integrantes. Es importante evaluar si los miembros de las redes están en capacidad de aportar capital que permita el desarrollo de proyectos e iniciativas de conjunto.
5. **Potencialidad de encadenamiento.** El desarrollo de un distrito cultural depende de la cantidad de encadenamientos que existan entre los diferentes sectores económicos del territorio. En este sentido, la potencialidad de encadenamiento de las redes -con otros sectores productivos o con otros sectores geográficos- es importante para evaluar la potencialidad de las redes.

A continuación se establece un análisis de los recursos culturales identificados bajo el paraguas de los criterios referidos, a fin de definir las posibles redes culturales que podrían conformarse en el Centro Histórico de Quito.

Tipología sectorial de los negocios, en el contexto de las industrias culturales.

En los nueve barrios analizados existen 82 recursos culturales. El 54.8% de éstos se encuentran ubicados en el barrio Manosalvas, el 12.2% en el González Suárez y el 10.9% en San Marcos.

A continuación se presenta el número de empresas, por sector, subsector y tipo de industrias:

CUADRO No.5

Tipología de recursos culturales – Centro Histórico Quito

BARRIO	SECTOR	SUBSECTOR	INDUSTRIA	No. DE ACTORES
MANOSALVAS	OTROS SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Artes Visuales y Escénicas	Teatro	1
			Museos y Galerías	6
		Turismo Cultural	Gastronomía	19
			Arquitectura	10
	Artesanías	8		
	SECTOR TRADICIONAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Editorial	Biblioteca	1
TOTAL RECURSOS CULTURALES BARRIO MANOSALVAS				45
GONZALES SUAREZ	OTROS SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Artes Visuales y Escénicas	Teatro	2
			Turismo Cultural	Gastronomía
		Arquitectura	6	
TOTAL RECURSOS CULTURALES BARRIO GONZALES SUAREZ				10
SAN BLAS	OTROS SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Turismo Cultural	Conciertos y Actuaciones	1
			Arquitectura	1
TOTAL RECURSOS CULTURALES BARRIO SAN BLAS				2
SAN MARCOS	OTROS SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Artes Visuales y Escénicas	Museos y Galerías	4
			Turismo Cultural	Gastronomía
		Arquitectura	Artesanías	2
			Artesanías	1
		SECTOR TRADICIONAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Editorial	Biblioteca
TOTAL RECURSOS CULTURALES BARRIO SAN MARCOS				9
LA LOMA	OTROS SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Artes Visuales y Escénicas	Museos y Galerías	1
TOTAL RECURSOS CULTURALES BARRIO LA LOMA				1
SAN SEBASTIÁN	OTROS SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Turismo Cultural	Arquitectura	1
TOTAL RECURSOS CULTURALES BARRIO SAN SEBASTIÁN				1
SAN ROQUE	OTROS SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Artes Visuales y Escénicas	Museos y Galerías	2
			Turismo Cultural	Gastronomía
		Arquitectura	Artesanías	2
			Artesanías	1
TOTAL RECURSOS CULTURALES BARRIO SAN ROQUE				7
LA MERCED	OTROS SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Artes Visuales y Escénicas	Museos y Galerías	1
			Turismo Cultural	Gastronomía
		Arquitectura	1	
	SECTOR TRADICIONAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Editorial	Literatura	1
			Fonográfico	Radio
		Orquestas	1	
TOTAL RECURSOS CULTURALES BARRIO LA MERCED				6
LA TOLA	OTROS SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Turismo Cultural	Arquitectura	1
TOTAL RECURSOS CULTURALES BARRIO LA TOLA				1
TOTAL RECURSOS CULTURALES DE LA ZONA				82

Fuente: Elaboración propia con base en datos levantados en trabajo de campo.

Los recursos identificados pertenecen en un 93.9%, al sector denominado “Otros sectores de las industrias culturales”; y, la diferencia restante al “Tradicional de las industrias culturales”.

En el cuadro siguiente, el detalle el número de actores, por subsector e industria:

CUADRO No.6
Tipología de recursos culturales – Centro Histórico Quito

SECTOR	SUBSECTOR	INDUSTRIA	No. DE ACTORES	%
OTROS SECTORES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Artes Visuales y Escénicas	Teatro	3	3,66%
		Museos y Galerías	14	17,07%
	Turismo Cultural	Gastronomía	25	30,49%
		Arquitectura	24	29,27%
		Conciertos y Actuaciones	1	1,22%
		Artesanías	10	12,20%
SECTOR TRADICIONAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Editorial	Biblioteca	2	2,44%
		Literatura	1	1,22%
	Fonográfico	Radio	1	1,22%
		Orquestas	1	1,22%
		TOTAL RECURSOS CULTURALES DE LA ZONA		82

Fuente: Elaboración propia con base en datos levantados en trabajo de campo.

El principal subsector está ligado al Turismo Cultural. El 30.4% de sus actores está asociado a la industria gastronómica y el 29.27% a actividades anexas a la arquitectura. La industria de la artesanía presenta también una participación significativa (12.2%).

En el subsector de Artes Visuales y Escénicas, el 17% de sus actores son Museos o Galerías. La industria de Teatro contabiliza el 3.66% del total de los recursos identificados.

Tomando en consideración los datos expuestos, la tipología de redes que se pueden establecer con los recursos culturales identificados son:

- Gastronomía;
- Museos y galerías;
- Arquitectura;
- Artesanías; y,
- Teatro.

Estos cinco tipos de industrias representan el 92% del total de recursos culturales identificados.

Posibilidad de establecer rendimientos a escala que permitan el ahorro de costos y gastos.

A continuación se presenta el análisis de rendimientos de escala que se pueden establecer en cada uno de los sectores identificados.

Red de Restaurantes.

En el sector de la gastronomía podrían establecerse rendimientos a escala en la compra de insumos, con los distintos proveedores, así como en su almacenamiento, a través de centros de acopio comunales.

Pueden originarse también ahorro de costos y gastos con capacitaciones y actualizaciones conjuntas al personal de servicio, tomando en consideración que todos están ligados al sector turístico y pueden compartir temáticas comunes.

Se pueden establecer también rendimientos a escala en la promoción de los servicios, realizando campañas únicas que permitan mercadear los servicios de todos los integrantes de la red gastronómica.

Red de museos

En esta red pueden existir rendimientos a escala en campañas publicitarias. Actualmente existe un esfuerzo común que se realiza por el Día del Museo, 18 de mayo. En esta fecha, los museos del CHQ organizan actividades con el fin de atraer al público. Esta iniciativa puede prolongarse durante todo el año.

Adicionalmente, la red podría ahorrar gastos y costos a través de a capacitación conjunta, ya sea en temas administrativos o en tópicos más específicos del sector,-como por ejemplo: museografía, educación y cultura, centro de documentación y conservación, entre otros temas.

Otro de los mecanismos que para obtener rendimientos a escala es especializar a ciertos funcionarios en la renovación y restauración de museos, de tal manera que se permita actualizar periódicamente las muestras de los distintos museos. De esta forma se mantiene variedad en las atracciones para el público y a su vez se asegurara la preservación del patrimonio establecido en cada museo.

Se podrían centralizar los servicios de catalogación e inventario de las colecciones ubicadas en los distintos museos. Esta información sirve como insumo para las distintas exposiciones y actividades temáticas que podrían realizar todos los miembros de la red o cada uno de los museos particularmente. Adicionalmente, esta base se convertiría en un mecanismo de control que permita salvaguardar el patrimonio que cada museo alberga, trabajando en conjunto un primer mecanismo de seguridad.

La red de museos centralizaría los estudios e investigaciones que permitan conocer con mayor profundidad la historia que existe detrás de las obras que dispone cada uno de los museos. Estas investigaciones serían difundidas con una mayor efectividad rescatando y poniendo en valor el patrimonio de la ciudad.

En la actualidad una de las herramientas que permite ampliar el acceso del público a los recursos culturales – democratizándolos- es la tecnología. La red de museos construiría una plataforma tecnológica dinámica y de fácil acceso y utilización, que permita al público conocer e investigar sobre el patrimonio tangible e intangible de la ciudad. La digitalización de los documentos ayuda a despertar el interés de los grupos de niños y jóvenes en la historia de la ciudad.

La red es un ente de representación para sus miembros. Tomando esta característica, se tomaría contacto con otras redes similares existentes en la actualidad a nivel mundial tales como las Redes de Museos Colombianos, Porteños (Buenos Aires), o del Reino Unido, entre otras. Las alianzas serían un apoyo en la capacitación de los distintos miembros de la red local, en investigaciones y en la difusión del arte y cultura de la ciudad en otros territorios.

Red de arquitectura.

En la industria de la arquitectura se pueden establecer capacitaciones en conjunto a los restauradores de los distintos conventos e iglesias.

De igual manera, se realizarían eventos a nivel internacional en los que se posicione a Quito como una capital latinoamericana del desarrollo arquitectónico. Este esfuerzo podría potenciarse a través del establecimiento de convenio con las distintas facultades de la rama, a fin de realizar actividades académicas, que beneficien tanto a los miembros de la red como a las universidades. Este es un mecanismo de preservación y

rescate de las particularidades de la arquitectura que se encuentra plasmada en las edificaciones del Centro de Quito, patrimonio cultural tangible.

Igualmente, la red se convertiría en espacio de debate y de propuestas, a fin de preservar el patrimonio cultural y proponer e implementar nuevos proyectos arquitectónicos y urbanísticos que beneficien a la estructuración y estética de Quito.

Red de artesanías.

Muchos de los locales de artesanías ubicados en la zona colonial de la ciudad son comercializadores, por lo que los rendimientos a escala establecidos a través de la adquisición de materias primas no pueden ser aplicados.

Los rendimientos a escala en este caso se producirían a través de esfuerzos conjuntos para la difusión o promoción de sus mercancías. Parte sustancial del valor cultural de las artesanías se encuentra en los mecanismos de producción. Una manera de promocionar las artesanías comercializadas en el CHQ es a través de realización de ferias en dónde se realicen muestras en vivo de los procesos de elaboración.

Adicionalmente, esta red podría implementar un proyecto para la certificación de origen de las artesanías comercializadas, desarrollando así un mecanismo que permitan asegurar la autenticidad de las mercaderías. La calidad de los productos comercializados puede ser evaluada bajo los siguientes parámetros de autenticidad: i) origen, ii) procedimientos con los que son elaborados, iii) valor agregado incorporado en la pieza, iv) diferenciación del producto, v) registro de la cultura o historia que representa la pieza.

Por otro lado, pueden generarse rendimientos a escala a través de la capacitación de los dueños de los negocios en temas administrativos y financieros, que aseguren una mejor gestión del negocio.

Red de teatros

En la industria de teatro se establecerían rendimientos a escala con la promoción de espectáculos en conjunto. Esta es una de las sinergias más complejas de viabilizar en la zona del Centro Histórico de Quito, tomando en consideración que dos de los tres teatros identificados se encuentran bajo una misma administración (Fundación Teatro Nacional Sucre).

A fin convertirse en un espacio para el desarrollo del teatro a nivel local, esta red podría organizar foros anuales en dónde se inviten a distintas personalidades del sector a fin de compartir experiencias, ideas y proyectos que permitan impulsar las artes escénicas en la ciudad.

Un segundo mecanismo de rendimientos a escala, sería la implementación de cursos en conjunto. Este espacio ayudaría a desarrollar a los gestores del teatro y artes escénicas de la ciudad y el país.

Por otra parte, la red de teatros realizaría foros anuales en dónde se fomente el acercamiento del público a las artes escénicas. La idea de estos foros es recoger iniciativas del público, realizar estudios que permitan entender la demanda, potenciar las posibles acciones de los gestores en pro de mejorar el acercamiento del público y establecer mecanismos de colaboración con otras entidades y sectores.

La red de teatros también puede consolidarse como un ente que promueva y canalice becas, cursos y capacitaciones a fin de mejorar o actualizar técnicas, mecanismos y procedimientos de todos los involucrados en las artes escénicas.

Singularidad, o diferenciación, de los productos ofrecidos en relación con los competidores del mercado.

Red de Restaurantes.

La diferenciación de una red de restaurantes en el CHQ radica el entorno que lo rodea. Algunos de los locales aprovechan la ubicación y la recuperación de las edificaciones patrimoniales para brindar un valor agregado a sus negocios, aprovechando vistas privilegiadas de los monumentos y las construcciones patrimoniales.

Una de las ventajas competitivas que podría diferenciar a la red de restaurantes del centro Histórico es la incursión en el rescate de la comida típica a través de la revalorización de productos tradicionales y autóctonos de la zona. Un ejemplo de esto es la denominada cocina novoandina. Claro ejemplo de esta experiencia se tiene en Perú, en la que surgieron emprendimientos que rescataron las tradiciones culinarias típicas del país, a través de la utilización de ingredientes autóctonos con técnicas de preparación moderna, teniendo como resultado el prestigio y la difusión de la cocina peruana a nivel internacional.

Otros mecanismos de diferenciación de esta red se tienen en la implementación de festivales internacionales para presentar innovaciones de la cocina tradicional y en el establecimiento de estándares de calidad, entre los cuales se incluyen ingredientes y técnicas utilizadas en la preparación.

Red de Museos.

En la industria de Museos, existe una alta diferenciación por el contenido de las obras, arte e historia.

Es importante mencionar que los miembros que integran la actual Red de Museos y Galerías del CHQ no presentan gran diferenciación entre sí, las obras que se encuentran expuestas en las iglesias, conventos y museos son representaciones del arte colonial. Es por esta razón que -particularmente en esta red- las asociaciones y proyectos en conjunto podrían incrementar la difusión y promoción, mejorando la oferta cultural y turística alrededor de los museos e instalaciones.

Sin embargo, la falta de diferenciación particular no implica que la red como un conjunto no presente características diferenciadoras, al contrario, como unidad dispone de piezas de arte únicas en el mundo.

Una estrategia adicional de diferenciación radicaría en permitir a los visitantes experimentar vivencias que solo pueden efectuarse en el lugar. Uno de los problemas que presentan los museos de historia -o sitios y lugares de historia- es que se caracterizan por tener un gran potencial de interés en el público, sin embargo tienen un nivel estable (o muchas veces decreciente) de demanda. Esto se debe a que, por lo general, presentan una sola perspectiva o interpretación, lo que implica que en una sola visita los turistas logran captar el concepto, idea o perspectiva que el museo desea transmitir.

Con el fin de acercar y promocionar las visitas recurrentes del público a los museos del CHQ, se realizarían exposiciones o foros que permitan una revisión y análisis de la historia transmita a través de las piezas expuestas. Otra estrategia sería realizar actividades que permitan a los visitantes reflexionar y entender como la historia contada en el museo se encuentra reflejada en las costumbres, hábitos y formas de pensar actuales de la sociedad, es decir, tender un puente que permita relacionar la historia con la realidad actual.

Red de Arquitectura

Al igual que la Red de Museo y Galerías, los integrantes de la Red de Arquitectura presentan una diferenciación implícita. Sin embargo, a nivel internacional, el Centro Histórico de Quito no es conocido por la particularidad de sus edificaciones como es el caso de algunas ciudades como Nueva York, París o Pisa, en dónde sus monumentos representativos se han convertido en íconos mundiales.

La valorización de las edificaciones y los monumentos de una ciudad se relaciona con el marketing urbano, estrategia utilizada a fin de destacar y promover las particularidades de una ciudad.

La generación de una estrategia de marketing aplicado a un territorio tiene tres etapas:

- i) Diagnóstico competitivo de la ciudad. En esta etapa se identifican las ventajas y debilidades. Muchas ventajas competitivas se construyen a partir de los elementos históricos y culturales, como es el caso de las edificaciones y monumentos.
- ii) La elección de un posicionamiento, es decir crear una imagen de la ciudad mediante la cual se logre posicionarse en la mente de los habitantes y de los posibles consumidores las ventajas que destaquen y diferencien.
- iii) Elaboración del mix - territorial, que significa la determinación de las características que conforman la estrategia a fin de posicionar la ciudad en la mente de los consumidores

Una de las ventajas que presenta Quito es precisamente sus edificaciones y monumentos del Centro y que conforman la red de arquitectura. Esta es una gran potencialidad de la red de arquitectura del CHQ.

Red de Artesanía.

Existen algunos agentes productores de artesanías de la zona que – a diferencia de la mayoría- tienen una alta diferenciación: Escuela Taller Quito I, Loba Humacatama o Velas Jerusalén en dónde además de comercializar sus productos existe la posibilidad de observar los correspondientes procesos de elaboración.

Red de Teatros

Dos de los tres teatros identificados presentan una alta diferenciación, tanto por sus espectáculos como por su contenido histórico originario: Teatro Nacional Sucre y Teatro Bolívar. En ambos casos se ha procurado establecer una imagen de calidad en los espectáculos ofrecidos, siendo el Teatro Nacional Sucre es el más destacado en este sentido.

Participación y co-financiamiento empresarial

CUADRO No.7

Participación y c-financiamiento de actores culturales identificados

INDUSTRIA	PARTICIPACIÓN	CO-FINANCIAMIENTO
Gastronomía	Alta	Alto
Museos y Galerías	Alta	Medio
Arquitectura	Baja	Medio
Artesanías	Baja	Bajo
Teatro	Baja	Bajo

Fuente: Elaboración propia con base en datos levantados en trabajo de campo.

La participación de los agentes para la conformación de una red depende de los beneficios que sus miembros pueden obtener de las acciones en conjunto.

La gran mayoría de los negocios vinculados a la industria gastronómica son actores del sector privado, por lo que si los beneficios obtenidos a través de las acciones son claros, existiría una participación importante. De igual forma, la asignación de cuotas para financiar proyectos en común es bastante viable cuando de por medio existen beneficios para todos.

Con respecto a Museos y Galerías la mayoría son de carácter público, por lo que la asignación de un monto a fin de co- financiar proyectos en común está supeditado a una asignación presupuestaria del Gobierno Local o de otras fuentes de apoyo multilateral o de estados que cuentan con fondos de inversión para estos propósitos.

En lo referente a la industria de Arquitectura las unidades pertenecen a distintas órdenes religiosas, lo cual puede representar una barrera en la participación de los miembros en una posible red y para la asignación de fondos para proyectos en conjunto.

En la industria de Artesanías se identifica un grado de participación baja. Si bien en conjunto podría tener importantes beneficios existe el inconveniente de que la mayoría de los negocios son comercializadores de artesanías y no productores, lo cual provoca una alta competencia.

En el caso de los teatros, tenemos que dos de los tres agentes identificados pertenecen a una misma institución por lo que existe una participación natural. Sin embargo la colaboración entre la Fundación Teatro Nacional Sucre y Teatro Bolívar es difícil ya que la primera es una institución pública que tiene un fin social evidente, mientras que la Fundación Teatro Bolívar se encuentra conformada por capitales netamente privados, por lo que sus fines están apegados a la rentabilidad.

Para el caso del co-financiamiento pueden generarse algunos inconvenientes debido a que las instituciones públicas dependen de una asignación presupuestaria del Gobierno Local.

Potencialidad de encadenamiento

CUADRO No. 8

Potencialidad de encadenamientos de actores culturales identificados

INDUSTRIA	POTENCIALIDAD ENCADENAMIENTO	POSIBLES SECTORES
Gastronomía	Alta	Museos y Galerías Arquitectura Artesanías Teatro Música Danza Revistas Industria de Publicidad Diseño Conciertos y Actuaciones
Museos y Galerías	Alta	Gastronomía Arquitectura Artesanías Teatro Danza Revistas Biblioteca Industria Cinematográfica Industria de Publicidad Diseño Productos típicos Soporte Multimedia Videojuegos
Arquitectura	Alta	Gastronomía Museos y Galerías Diseño Industria Fotográfica Libros Revistas Industria de Publicidad Industria Cinematográfica Conciertos y Actuaciones Teatro Danza
Artesanías	Media	Gastronomía Museos y Galerías Diseño Moda Industria de Publicidad Industria Cinematográfica Teatro
Teatro	Alta	Danza Conciertos y Actuaciones Orquestas Gastronomía Museos y Galerías Diseño Revistas Industria Cinematográfica Industria Televisión Industria de Publicidad Soporte Multimedia

Fuente: Elaboración propia con base en datos levantados en trabajo de campo.

Cuatro de las cinco industrias analizadas tienen un alto potencial de encadenamiento con otras industrias del sector cultural.

Viabilidad de las redes identificadas de acuerdo a los parámetros planteados

En resumen, los cinco sectores que abarcan casi en la totalidad los recursos culturales identificados son: gastronomía, museos y galerías, arquitectura, artesanías y teatro.

En general en todas las redes se pueden aplicar proyectos mediante los cuales se generen rendimientos a escala y se genere un mayor valor agregado a los bienes y servicios ofertados por sus miembros. Sin embargo algunas redes tienen una mayor probabilidad de constitución en comparación con otras, debido a las condiciones de sus miembros.

En el caso de la red de restaurantes la viabilidad es mayor tomando en consideración que sus miembros tendrían una motivación clara en participar de los proyectos en conjunto si es que esto permiten mejorar su rentabilidad. De la misma forma los recursos para la ejecución de dichos proyectos los podrían administrar con mayor facilidad.

Para el caso de la red de museos, existen muchos proyectos que podrían desarrollar en conjunto tomando en consideración todo el patrimonio cultural que alberga cada museo; sin embargo el proceso de construcción es más largo que para el caso de los restaurantes, tomando en consideración que los recursos manejados por algunos de los miembros dependen de instancias presupuestarias públicas.

La red de arquitectura dispone de recursos únicos y singulares, de tal forma que puede representar uno de los pilares de promoción de la ciudad. Al igual que en el caso de los museos, el proceso de construcción de una red es más largo y paulatino ya que por naturaleza las órdenes religiosas no trabajan de manera conjunta.

Para el caso de las artesanías, los productores tienen una ventaja sobre los comercializadores. Inicialmente se podría iniciar la construcción de esta red con los artesanos productores ya que además de presentar una diferenciación natural impulsarían con fuerza el proyecto de certificación de origen para las artesanías.

La red de teatros tiene un proceso de construcción más complejo, tomando en consideración el fin social que enmarca la Fundación Nacional Teatro Sucre en comparación con el fin empresarial del Teatro Bolívar.

CAPITULO IV. CONCLUSIONES

La denominada Era del Conocimiento ha traído cambios en el papel que la cultura juega en la sociedad, es así que ahora se la percibe como un mecanismo generador de competitividad y diferenciación. De acuerdo a Sacco (2004) existen tres niveles en los que la cultura juega un papel como motor de competitividad: a través de la comunicación y el marketing, ii) por la construcción de una cultura organizacional y, iii) tomada como una estrategia de desarrollo.

El tercer nivel tiene cabida en las empresas que utilizan a la cultura como un elemento estratégico. Este nivel debe estar enmarcado para industrias específicas bajo condiciones ambientales particulares, en dónde la identidad representa un valor agregado para el producto y el bien puede ser asociado con la historia o la tradición de un territorio. El éxito de este nivel se encuentra en relacionar los productos con el territorio, su oferta cultural y su patrimonio tangible e intangible. Para esto, se propone el desarrollo de un distrito productivo basado en la integración de los distintos actores económicos.

Precisamente los sector en dónde se puede desarrollar este tercer nivel son las denominadas industrias culturales, que se caracterizan por ser unidades que abarcan todas las actividades originadas a partir de la creatividad, destreza y talento de los individuos; y que, además, tienen el potencial de generar plazas de trabajo y riqueza, a través de la explotación de la propiedad intelectual. Dentro de las distintas investigaciones se señala que estos sectores generan un gran beneficio social al ser intensivo en mano obra, amigables con el medio ambiente, que por su naturaleza tienden a generar encadenamiento y que promueven la innovación y creatividad.

Bajo este marco teórico el objetivo de la presente investigación ha sido: analizar la posibilidad de aprovechar los recursos culturales ubicados en el Centro Histórico de Quito, conformando un distrito cultural, que aporte al desarrollo socio – económico de la ciudad, tomando en consideración que el casco colonial de Quito representa un punto de alto valor patrimonial para la ciudad y que en los últimos años ha sido beneficiado de un proceso de rehabilitación.

La hipótesis de investigación fue: el Centro Histórico de Quito representa un sector con alto contenido simbólico y cultural, en el cual se puede generar un proceso de

construcción de redes y encadenamientos productivos, capaz de suscitar impactos positivos en la economía de la ciudad.

La metodología utilizada para comprobar dicha hipótesis fue la denominada CAEH la misma que tiene los objetivos de determinar si un territorio dispone de: i) presencia de lugares con alto nivel cultural; ii) identificar clusters económicos y no económicos, encargados de poner en valor los recursos culturales de la zona; y, iii) localizar territorialmente los recursos y actores culturales de la localidad.

Para abarcar los tres objetivos la metodología dispone de cinco categorías de análisis. La presente investigación se centró en la primera categoría de análisis - Recursos objetivos, visión y evaluación de su potencial- la cual está conformada por los siguientes pasos:

- i) Identificar los recursos tangibles e intangibles ubicados en el CHQ, a través de un levantamiento de información de campo;
- ii) Construir un mapa de geo-referenciación de los íconos culturales, en dónde se muestre la ubicación de los recursos identificados dentro del territorio analizado, y,
- iii) A través de una matriz de criterios, determinar las posibles redes de trabajo que detonarían el desarrollo de un distrito cultural en la zona.

Para lo cual el universo a ser investigado estuvo conformado por los siguientes barrios del Centro Histórico: González Suárez, San Blas, San Marcos, La Loma, San Sebastián, San Roque, La Merced y La Tola. El marco conceptual de la clasificación de industrias culturales fue el desarrollado por el Banco Interamericano de Desarrollo.

Fueron identificados 82 recursos patrimoniales, de los cuales el 54.8% se encuentran ubicados en el barrio Manosalvas y el 93.9% se encuentra enmarcado en el sector de las industrias culturales denominado “otros sectores de las industrias culturales” dentro del cual se encuentra la industria del: teatro, arquitectura, gastronomía, museos y galerías, conciertos y artesanías.

A fin de evaluar las redes que podrían desarrollarse con mayor probabilidad dentro de la zona se establecieron cinco criterios:

- Tipología de los recursos,

- Posibilidad de establecer rendimientos a escala,
- Diferenciación o singularidad,
- Participación y co-financiamiento, y
- Potencialidades de encadenamiento.

Tomando en consideración que casi la totalidad de los recursos identificados pertenecen a cinco industrias culturales, se planteó la posibilidad impulsar redes productivas en estos sectores: teatro, gastronomía, arquitectura, artesanías y museos y galerías.

Alrededor de estas cinco redes existen varios proyectos que podrían ayudar a los miembros de cada red a mejorar sus estructuras de costos y gastos a través de iniciativas que representen economías de escala y de la misma manera aporten a mejorar el valor agregado de los productos ofrecidos.

Sin embargo, al evaluar las probabilidades de participación, la red de artesanías es la menos viable ya que la mayoría de sus miembros son comercializadores mas no productores, lo cual crea una mayor competencia entre los distintos miembros. De igual forma, la participación de los posibles miembros de una red de teatros es limitada, tomando en cuenta que uno de los miembros – Fundación Nacional Teatro Sucre- es una institución pública que actualmente trabaja a manera de red con el Teatro Variedades, mientras que el segundo posible participante – Teatro Bolivar- es una entidad privada.

Con respecto a la posibilidad de presentar co-financiamiento en los proyectos la red de arquitectura presenta una barrera de entrada al ser la mayoría de los recursos propiedad de distintas órdenes religiosas.

Para el caso de la Red de Museos existen actualmente iniciativas en conjunto, como la programación estructurada para el día del museo, lo cual implica que los posibles miembros disponen del interés de participar de proyectos en común. Sin embargo, existe una barrera en el co- financiamiento de los proyectos por la escala de los distintos museos y porque algunos de los mismos pertenecen al Gobierno Local o Central, por lo que la asignación de recursos depende de la aprobación de una partida presupuestaria.

La Red de Restaurantes en su mayoría está formada por entes privados, por lo que si los proyectos representan beneficios importante para sus miembros, éstos estarán

interesados en participar en la red. Para el caso del co-financiamiento de los proyectos, existe una mayor probabilidad de cooperación al existir una mayor flexibilidad en la disposición de sus recursos.

Cuatro de los cinco sectores presentan un gran potencial de encadenamiento con otros sectores culturales.

La conformación de redes o encadenamientos son un mecanismo para mejorar la oferta de productos y servicios en el casco colonial de la ciudad. Tomando como referencia la información extraída de los estudios empíricos presentados en el segundo capítulo, tenemos que el Centro Histórico de Quito es considerado por muchos como un lugar emblemático, asociado a las tradiciones y cultura, en donde existe un gran potencial gracias al patrimonio que alberga. La rehabilitación estructural de esta zona presentó grandes oportunidades económicas para la ciudad, considerando que uno de los móviles para esta rehabilitación fue precisamente el aprovechar el patrimonio de la zona para fortalecer su atractivo turístico.

Sin embargo, de acuerdo a estos estudios, la demanda percibe que existen pocos atractivos de entretenimiento en la zona, además que se lo asocia como un espacio inseguro en donde existen problemas de movilidad.

Las redes y encadenamientos entre las distintas industrias culturales de la zona pueden contribuir a la implementación de rutas temáticas, actividades dirigidas a la demanda, y así mejorar los atractivos turísticos dirigidos a los visitantes locales, nacionales y extranjeros.

De acuerdo al levantamiento de las industrias culturales de la zona, que se ha desarrollado en esta investigación, la red de restaurantes es una de las más idóneas para iniciar un proceso de trabajo en conjunto tomando en consideración que en su mayoría esta red estaría conformado por entes privados, en los que existe una innata predisposición a mejorar su rentabilidad impulsando la llegada e instancia de los turistas en el centro de la ciudad. En caso de que la red de restaurantes del CHQ tuviera éxito, esto podría representar un ejemplo que motive a los demás actores culturales a unirse a actividades que creen sinergias en beneficio de todos.

Dentro de la tipología de redes, se encontró que existe una gran cantidad de museos. Actualmente, estas organizaciones presentan algunas sinergias, entre las que se destaca el

día del Museo, en dónde se organizan eventos y actividades en conjunto. En este sentido, sería importante aprovechar esta iniciativa y expandirla hacia una cooperación continua a través del fortalecimiento de una red de museos.

Tomando en consideración los criterios expuestos las redes que podrían detonar un proceso de asociación dentro del territorio del CHQ en el marco de las industrias culturales, son la red de gastronomía y la de museos.

El presente trabajo ha tomado solo una categoría de investigación, de acuerdo a la metodología CAEH, por lo que futuros trabajos podrían centrarse en el desarrollo de las otras cuatro categorías.

BIBLIOGRAFÍA.

- Banco Central del Ecuador, <http://www.bce.fin.ec>, (Visitado entre junio y julio del 2010).
- Banco Interamericano de Desarrollo (1994) *Programa de Revitalización del Centro Histórico de Quito, Fase I. Informe del proyecto*. División de Modernización del Estado y Sociedad Civil 3, Banco Interamericano de Desarrollo
- Banco Interamericano de Desarrollo (2004) *Programa de Revitalización del Centro Histórico de Quito, Fase I (EC-0169). Informe de la terminación del proyecto*. División de Modernización del Estado y Sociedad Civil 3, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2005) *Programa de Revitalización del Centro Histórico de Quito, Fase II (EC-L1006). Informe del proyecto*, División de Modernización del Estado y Sociedad Civil 3, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Biblioteca Municipal de Guayaquil, <http://bibliotecamunicipaldeguayaquil.gov.ec>, (Visitado en junio y julio del 2010)
- Casa de la Cultura Ecuatoriana – Benjamín Carrión, <http://cce.org.ec>, (Visitado en junio y julio del 2010).
- Casa San Marcos, <http://www.casasanmarcos.com>, (Visitado en junio y julio de 2010)
- Centro Cultural Metropolitano, www.centrocultural-quito.com, (Visitado en junio y julio del 2010).
- Círculo Militar del Ecuador, <http://www.circulomilitar.com.ec>, (Visitado en junio y julio del 2010).
- Consejería de Educación Comunidad de Madrid, Plataforma Tecnológica Educa Madrid, <http://mediateca.educa.madrid.org>, (Visitado en junio y julio del 2010)
- Chu, S, Ortega, W, Barrezueta, M, Suárez, G , Martínez, I, (2005) *Estudio de la oferta y demanda de servicios turísticos en el Centro Histórico de Quito*, Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- Cuenin Fernando (2009) *Patrimonio cultural y desarrollo socioeconómico: la recuperación de áreas centrales históricas*, Nota Técnica, División de Gestión Fiscal y Municipal, Banco Interamericano de Desarrollo. No publicado.
- Department of Culture Media and Sports (1998) *Creative Industries Mapping Document*, Londres.

- Diario El Hoy, *Hoy se abre la Guambrateca 13 de agosto de 1990*, <http://www.hoy.com.ec>. (Visitado en junio o julio del 2010).
- Empresa de Desarrollo Urbano de Quito (2009) *Quito una experiencia en la recuperación del espacio público*, Quito, pp 9-87.
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Desarrollo Turístico (2009) *El Gasto Turístico y la Estancia media en Quito*. <http://www.quito.com.ec> (Visitado en junio 2010)
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Desarrollo Turístico, <http://www.quito.com.ec> (Visitado en junio 2010)
- Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Desarrollo Turístico, *Plan Q 2010 – Fase I – II y III*, <http://www.quito-turismo.gov.ec> (Visitado en marzo 2011)
- Fundación Mariana de Jesús, <http://www.fmdj.org>, (Visitado en junio y julio del 2010)
- Fundación Museo de la Ciudad, www.museociudadquito.gov.ec, (Visitado en junio y julio del 2010).
- Fundación Sinchi Sacha – Pueblos y Culturas de América, <http://www.sinchisacha.org>, (Visitado en junio y julio del 2010).
- Fundación Teatro Bolivar, www.teatrobolivar.org, (Visitado en junio y julio de 2010).
- Fundación Teatro Nacional Sucre, <http://www.teatrosucre.org>, (Visitado en junio y julio del 2010)
- Garnica José (2006), *Los clusters industriales y sus implicancias estratégicas: una visión de America Latina*, Revista Venezolana de Gerencia, Universidad de Zulia, Vol 11, No. 33, pp.11 -28
- Healy Kieran (2002) *what's new for culture in the economy?* Ponencia presentada en el Sixth Summer Cultural Policy Meeting. University of Arizona, Nueva York, Julio 2002.
- Hexagon Consultores (2009) *Evaluación Intermedia – Programa de Rehabilitación del Centro Histórico de Quito*, Hexagon Consultores, Quito. No publicado.
- Hexagon Consultores (2009) *Primer Censo estadístico de las industrias culturales ubicadas en el Centro Histórico de Quito*, Hexagon Consultores, Quito. No publicado.

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2009) *Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y subempleo – diciembre 2009*.
- Lazerretti Luciana (2003) *City of art as a HC local system and cultural districtualisation processes. The cluster of art-restoration in Florence*, International Journal of Urban and Regional Research, Vol. 27, No.3. pp. 635-48.
- Lazerretti Luciana (2006) *Creative firms in creative regions: the case of Florence*, Creative regions: technology, culture and knowledge entrepreneurship, Cheltenham, Edward Elgar, pp. 169-196.
- Lazerretti Luciana (2008) *The cultural districtualisation Model*, Colección Mediterráneo Económico “Los distritos industriales”, No. 13, pp 327-351.
- Méndez Claudia (2007) *Comunicación e identidad: una aproximación al estudio del consumo*, Universitas Humanística, Universidad de los Andes, No. 64, pp. 291-305
- Ministerio de Relaciones Exteriores República del Ecuador (2007), *Quito Patrimonio Cultural de la Humanidad*, TRAMA, Quito.
- Museo de Acuarela y Dibujo Muñoz Mariño, www.museoacuarelaydibujo.com, (Visitado en junio y julio del 2010).
- Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado, <http://www.precolombino.com>, (Visitado en junio y julio del 2010).
- Museo Miguel de Santiago, <http://www.migueldesantiago.com>, (Visitado en junio y julio del 2010)
- Museo Fray Pedro Gocial San Francisco, <http://www.museopedrogocial.com>, (Visitado en junio y julio del 2010)
- Navarro José Gabriel (2004), *Contribuciones a la Historia del Arte en el Ecuador. Volumen III*, Imprenta Romero, Quito.
- Official Travel Guide, <http://www.in-quito.com/>, (Visitado durante junio y julio del 2010)
- Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe – Portal de la Cultura, <http://www.lacult.org>, (Visitado durante junio y julio del 2010)

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Red de Innovaciones Educativas para América Latina y el Caribe, <http://www.redinnovemos.org>, (Visitado durante junio y julio del 2010).
- Porter Michael (1999) *Ser Competitivo: nuevas aportaciones y conclusiones*, Deusto Bilbao.
- Quartesan. A. Romis. M., y Lanzafame, F (2007), *Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*. Documento de trabajo. Departamento de Capacidad Institucional y Finanzas, Banco Interamericano de Desarrollo. No publicado.
- Empresa Pública Metropolitana de Turismo, Quito Turismo, <http://www.quito.com.ec>, (Visitado durante junio y julio del 2010).
- Radio Francisco Stereo, <http://www.franciscostereo.com>, (Visitado durante junio y julio del 2010).
- Real Academia Española, Asociación de Academias de la Lengua Española, <http://www.rae.es>, (Visitado durante junio y julio del 2010).
- Rivas & Herrera Y&R (2007) *Estudio – El Centro Histórico de Quito, frente al consumo de la cultura y el entretenimiento*, Quito. No Publicado.
- Sacco Pier Luigi (2004) *¿Tomarse la cultura en serio? Ser competitivo en la economía postindustrial*, Persona y Derecho, Universidad de Navarra, pp. 369-397.
- Sacco, L, Blessi, G, y, Nuccio, M (2009) *Cultural Policies and Local Planning Strategies: What is the Role of culture in Local Sustainable Development?* , The Journal of Arts Management, Law and Society, Vol. 39, No.1, pp. 45-63.
- Sacco, L, y Pedrini, S, (2003), *"II distretto culturale: mito o opportunita?,"* International Centre for Research on the Economics of Culture, Institution, and Creativity, Department of Economics "S. Cognetti de Matii", Universidad de Torino, paper No. 05/2003.
- Scott Allen J (2004) *Cultural- Products industries and urban economic development prospects for growth and market contestation in global context*, Urban Affairs Review, Vol. 39, No.4, pp 461 -490.
- Tremblay Michael y Simard Guilles (2005) *La movilización de los recursos humanos: una fuerza colectiva basada en relaciones de reciprocidad*, Revista Latinoamericana de Administración, Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración, No. 35, pp. 67-86

- Toselli Claudia (, *Turismo cultura, participación local y sustentabilidad – Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina*, Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, Buenos Aires.
- UNCTAD (2008), *Creative economy report*. <http://www.unctad.org/creative-economy>.

ANEXO 1. TERRITORIO DE ANÁLISIS CENTRO HISTÓRICO DE QUITO.



Fuente: Estudio de la oferta y demanda de servicios turísticos en el Centro Histórico de Quito, 2005