

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

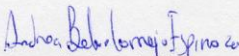
DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **ANDREA BELÉN CORNEJO ESPINOZA** C.I. **1718923194** autor del trabajo de graduación intitulado: **El Arte Urbano: una propuesta de ruta turística dentro de la ciudad de Quito**, previa a la obtención del grado académico de **LICENCIADA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 21 de mayo de 2014

  
Andrea Belén Cornejo Espinoza  
C.I. 1718923194

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mtr. Edison Cupuerán, director de esta disertación, certifico que la srta, Andrea Cornejo ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "El Arte Urbano: una propuesta de ruta turística dentro de la ciudad de Quito", de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.

Mtr.  .....

Quito, 21 mayo de 2014

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS**  
**ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO**  
**CARRERA DE TURISMO**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN TURISMO CON MENCIÓN EN ECOLOGÍA.**

**EL ARTE URBANO: UNA PROPUESTA DE RUTA TURÍSTICA  
DENTRO DE LA CIUDAD DE QUITO**

**ANDREA BELEN CORNEJO ESPINOZA**

**DIRECTOR: EDISON CUPUERÁN, Mtr.**

**QUITO, 2014.**

## DEDICATORIA

Con todo el cariño y el amor que la Naturaleza me enseña y desde esta nueva etapa de mi vida, la maternidad, la cual acompaña y guía mi camino, eternas gracias y dedicación a mi hija Elisa Samaela.

También dedico este trabajo de investigación, a la sinceridad salvaje que se expresa en las calles y a todos aquellos personajes que embellecen a la frialdad de los muros de concreto a través de sus generosas representaciones artísticas. Porque, como lo dijo el maestro Ulises Estrella (1931):

Hay que afinar el ojo para  
Descubrir, poco a poco y  
Pacientemente, la sabiduría de la  
Ciudad; solo entonces, el cuerpo de  
La pesadez se torna en levedad.  
(Estrella, 1931)

## **AGRADECIMIENTOS**

Siempre es una buena oportunidad para agradecer y siempre hay innumerables motivos para hacerlo. Culminar este proceso de estudios con esta graduación es un alivio y un regalo para mí y un símbolo de agradecimiento por la vida y por todo el apoyo que me ha brindado mi familia, mis padres Mónica y Luis, mis hermanos Suca, Nena y Boy, mis maestros Edison, José Eduardo y Alfredo, mis amigos Ignacio, Anita, Andrea, Diana y Mónica. Mucha gratitud a todas las personas, así como a las inesperadas circunstancias que colaboraron en la realización de esta disertación. Afortunadamente fueron tantos quiénes me brindaron su cariño y apoyo que la lista de agradecimiento es muy amplia.

## TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
TABLA DE CONTENIDOS.....	iii
ÍNDICE DE TABLAS.....	v
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS.....	v
ÍNDICE DE ANEXOS.....	v
ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN.....	vi
1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Introducción.....	1
1.1.1 Introducción general.....	1
1.2 Justificación.....	1
1.3 Planteamiento y delimitación del problema.....	3
1.4 Objetivos.....	4
1.4.1 Objetivo General.....	4
1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
1.5 Marco Teórico y Conceptual.....	4
1.5.1 Marco Referencial.....	4
1.5.2 Marco Teórico.....	6
1.6 Metodología.....	11
2. CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LOS ESPACIOS DE ARTE URBANO DE LA CIUDAD DE QUITO.....	13
2.1 El Espacio público y el Arte Urbano.....	13
2.2 Reseña histórica del arte urbano en Quito.....	14
2.3 El espacio público en Quito en la actualidad.....	19
2.4 Gestión Cultural, Gestión Turística.....	19
2.5 Tipo de arte urbano actual y manifestaciones artísticas que serán consideradas para el diseño de la ruta turística.....	20
2.6 Clasificación de los espacios en donde se expresa el arte urbano y actividades alternativas.....	21
2.7 Valoración turística de los espacios y actividades de arte urbano.....	25
2.7.1 Selección de murales para el diseño de la ruta turística.....	25
2.7.2 Selección de Restaurantes para la elaboración de la Ruta Turística.....	26

2.8	Selección de los principales espacios y actividades .....	27
2.8.1	Los Perros Callejeros.....	29
2.9	Valoración turística de los atractivos.....	30
3.	CAPÍTULO III: DISEÑO DE LA RUTA TURISTICA .....	32
3.1	Emplazamiento de la Ruta .....	32
3.1.1	Zonificación.....	32
3.1.2	Tipos de recorrido.....	32
3.1.3	Recorrido de la ruta .....	32
3.2	Procesos de manejo.....	33
3.2.1	Principios didácticos y metodológicos .....	33
3.2.2	Logística y operación.....	35
3.2.3	Perfil del guía o intérprete. ....	38
3.2.4	Perfil potencial del visitante. ....	38
3.3	Guión de las rutas: descripción de las rutas .....	40
3.1.1.	Descripción de la Ruta turística.....	40
3.3.1	Guión de la ruta turística: .....	41
4.	CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE COMERCIALIZACION Y DIFUSION DEL CIRCUITO, EN BASE A UN ESTUDIO DE MERCADO.....	66
4.1	Estudio de mercado,.....	66
4.1.1	Análisis Interno y Externo.....	66
4.1.2	Análisis de costes .....	69
4.1.3	Marketing mix .....	72
4.2	Análisis del Producto .....	76
4.2.1	Segmento de mercado.....	76
4.2.2	Competencia .....	76
4.2.3	Mix de producto .....	78
4.3	Promoción .....	79
4.3.1	Mix promocional .....	79
5.	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	82
5.1	Conclusiones .....	82
5.2	Recomendaciones .....	83
6.	BIBLIOGRAFIA .....	85
6.1	Libros .....	85

6.2	Revistas:.....	86
6.3	Películas y documentales .....	86
6.4	Internet:.....	87
6.5	Entrevistas personales:.....	88
7.	ANEXOS.....	90

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Espacios Autorizados Para Libre Expresión. ....	22
Tabla 2:	Tiendas de Arte .....	23
Tabla 3:	Restaurantes .....	24
Tabla 4:	Selección Murales .....	25
Tabla 5:	Selección restaurantes. ....	26
Tabla 6:	Selección Murales. ....	27
Tabla 7:	Selección tiendas de arte. ....	28
Tabla 8:	Selección restaurantes. ....	28
Tabla 9:	Itinerario de actividades. ....	41
Tabla 11:	Análisis de costes para 1 y para 10 pasajeros.....	74
Tabla 12	Análisis costes 20 pasajeros ..... <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1:	Mural de Chiriyacu completo. Por Mafla, C, 2013. ....	47
Fotografía 2:	Foto parcial del mural Chiriyacu. Por Mafla, C, 2013. ....	47
Fotografía 3:	Foto parcial del mural Chiriyacu. Por Mafla, C, 2013. ....	49
Fotografía 4:	Foto parcial mural de Chiriyacu. Por Mafla, C, 2013. <b>¡Error! Marcador no definido.</b>	
Fotografía 5:	Foto parcial Mural San Diego. Por Mafla, C, 2014.....	50
Fotografía 6:	Foto parcial Mural San Diego. Por Mafla, C, 2014.....	50
Fotografía 7:	Foto parcial mural San Diego. Por Mafla, C, 2014. ....	52

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1:	Listado Murales. ....	90
Anexo 2	Fichas Atractivos: Restaurantes.....	91

Anexo 3: Fichas Tiendas de Arte. ....	95
Anexo 4: Ficha Obra de Teatro .....	99
Anexo 5: Fichas Murales.....	100
Anexo 6: Fotografías Murales del CAC.....	104
Anexo 7: Tabla Análisis FODA. ....	106
Anexo 8: Entrevista. ....	107
Anexo 9: Mapa de la Ruta y Cultura Urbana de Quito. ....	108

## **ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN**

Ilustración 1: Mapa de la Ruta Turística. ....	43
------------------------------------------------	----

# **1. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN**

## **1.1 Introducción**

### **1.1.1 Introducción general**

Frente al florecimiento del arte urbano y actividades artísticas alternativas dentro la ciudad de Quito, el presente proyecto de disertación ofrece el estudio para el diseño de una ruta turística de arte urbano dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Esta ruta turística ofrece como atractivos las actividades artísticas alternativas que desde hace algunos años se vienen desarrollando en Quito, refiriéndose como actividades alternativas, al arte que se desarrolla en el espacio público, como el graffiti y el teatro, por un lado y por otro a los nuevos productos artísticos de carácter utilitario que se están creando y vendiendo con gran acogida en las tiendas de arte.

Para el diseño de la ruta se han buscado y analizado lugares en donde se vean concretadas dichas actividades, así el recorrido de la ruta turística recorrerá algunos de los murales sobresalientes en Quito, realizados por artistas y colectivos pertenecientes a la actividad graffitera, también se visitarán las tiendas de arte que ofrezcan productos artísticos de ingenio, originalidad y calidad. Como otra temática artística dentro del arte urbano está el teatro callejero, por ello habrá una función de teatro dentro del recorrido. Por otro lado, se visitarán algunos de los restaurantes que rescatan algo de la historia y de los platos tradicionales quiteños, así como también se visitarán otros restaurantes que tengan relación con el movimiento artístico urbano en Quito.

## **1.2 Justificación**

En los últimos años, en la ciudad de Quito, ha surgido un movimiento de arte urbano, entendiéndose al arte urbano como una manifestación artística que se desarrolla fuera de los circuitos institucionalizados del arte (museos, galerías, etc.), en las calles de la urbe, es decir en el espacio público, la cual se evidencia en las paredes de la ciudad a través de grafitis, murales o pegatinas. Esta manifestación artística suele expresar la inquietud de los artistas y parte de su ideología. Se observa que los colectivos y artistas urbanos de Quito, tienen nuevas expectativas y aspiraciones, por lo cual se han organizado, formando agrupaciones que intentan promover su arte, a través de pequeñas galerías, cafés y restaurantes con temáticas referidas al arte urbano, etc. Estas agrupaciones y colectivos de

artistas ofrecen nuevas propuestas a la ciudad, como el trabajo comunitario en barrios, en busca de recuperar la identidad barrial (arte público) y a través de talleres artísticos y actividades en las calles de los barrios en la ciudad de Quito, logran integrar a la comunidad barrial y muestran que el arte ya no solo se encuentra en las galerías, involucrando a personas y transeúntes de las calles; de esta manera estas manifestaciones poco a poco se van constituyendo, dentro de la cultura, como parte del patrimonio intangible de la ciudad.

Es muy importante reconocer que las ciudades junto con su gente cambian y por ello ofrecen nuevos atractivos que no deben pasar desapercibidos. Las calles de Quito toman diferentes matices a causa de este movimiento artístico urbano. Sin embargo, todavía es un movimiento joven, que necesita hacerse más visible, por tal motivo resulta muy prometedor el integrar al arte urbano dentro de una ruta turística nueva y con otro enfoque, en relación a las rutas turísticas tradicionales que se ofertan en la ciudad de Quito.

Dentro de las expresiones artísticas alternativas, se encuentra el arte objeto, para ello se visitarán las tiendas arte que promuevan el desarrollo de estos productos.

Así mismo, para el turismo sería muy interesante que el turista tenga una amplia gama de atractivos y productos turísticos, entre ellos, nuevas rutas que recorran las otras facetas que tiene la ciudad de Quito, para que el turista tenga más posibilidades de elección, así el turista tendría que elegir de acuerdo a sus intereses, resultando así, que incluso le falte tiempo para conocer todos estos atractivos, lo cual resulta una ventaja desde el punto de vista de la industria del ocio, siendo este un buen motivo para volver a Quito.

El arte urbano aún no cuenta con un gran apoyo y no es considerado como un atractivo que debe ser respetado, protegido e incentivado. “La gente aún siente rechazo hacia esta manifestación artística, ya que erróneamente se la relaciona con el vandalismo” (C, Mafla, com. pers, 4- 11-2013). Otro factor que afecta a este movimiento puede ser la falta de bases críticas sobre el arte y el “convencimiento acerca de lo importante que es para la cultura quiteña el arte urbano, al igual que otras manifestaciones artísticas emergentes”, por lo que el apoyo que se brinda al arte urbano, aún es bastante limitado (L, Auz, com. pers, 12-12- 2014). Además, el desconocimiento por parte de los actores y los artistas sobre el tema de la difusión turística, la publicidad o la gestión de sus trabajos frenan el desarrollo de los mismos. “Muchos de los actores son gente joven creativa con nuevas

ideas, pero que no consiguen sus objetivos: difundir y compartir su arte a más personas; y obtener una remuneración económica más justa” (C. Mafla, com. pers, 4-11- 2013).

La presente propuesta tiene la tentativa de ofrecer una ruta turística en Quito, donde el centro de atención sea el Arte Urbano; entendiéndose como un arte accesible para el transeúnte, pero desconocido para muchos, ya que al no ser publicitado el turista no acude a conocer estos espacios. Esta ruta se caracterizaría por mostrar una nueva faceta de lo que es Quito y su gente, a través del arte en la calle.

### **1.3 Planteamiento y delimitación del problema**

Los circuitos turísticos que ofrece el Ecuador prometen conocer las ciudades principales como son Quito, Guayaquil, Cuenca, y a las Islas Galápagos, localidades que tienen una identidad y atractivos turísticos delimitados y muy explotados por esta actividad desde hace muchos años.

Al observar el caso de la ciudad de Quito, las rutas turísticas más promocionados son la Mitad del Mundo, el Centro Histórico junto al Teleférico; lugares turísticos que se pueden recorrer a través de servicios específicos, y generalmente en recorridos que duran un día. Esto se puede comprobar fácilmente al buscar en la web y, “constatar que la oferta turística es casi idéntica entre los diferentes operadores dentro de los recorridos turísticos que se ofertan en la ciudad de Quito” (D. Carrasco, com. pers, 11-4- 2014).

Los atractivos tradicionales que oferta la ciudad, son de sobra conocidos por la mayoría de los quiteños y por los ecuatorianos en general, por lo cual ya no resulta realmente atractivo para el turista ecuatoriano. Y al observarlo desde el punto de vista del turista extranjero, se deduce que Quito no tiene una variedad y diversidad en los atractivos que oferta, lo que significa que su elección se limita a estas pocas opciones, entonces, el turista extranjero que llega a Quito y conoce estos atractivos, vuelve a su país con una imagen parcial de lo que es la ciudad, una ciudad con un centro histórico muy bonito, lo cual limita la promoción de la ciudad en otros aspectos, como son el arte, la cultura y su gente aspectos que podrían desarrollarse y tener mayor respaldo gubernamental a través del sector del turismo, como un generador y mediador cultural y económico.

“Quito tiene diversidad de atractivos potenciales, los cuales aún no han sido estudiados y aprovechados por el sector turístico” (I. Ríofrío, com pers, 7-01- 2014). Las distintas facetas que presenta la misma ciudad de Quito, junto con las diferentes manifestaciones

culturales emergentes dentro de la ciudad, pueden ser una oportunidad potencial para el turismo en la ciudad a través de una ruta turística novedosa; pero se debe encontrar la manera de hacerlo paralelamente con las nuevas formas de arte y cultura que surgen en la ciudad. La propuesta de esta disertación es realizar una ruta turística que oferte el arte urbano emergente, a través de las diferentes expresiones culturales que alberga este tipo de arte, dentro de la ciudad de Quito.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Proponer una ruta turística en la ciudad de Quito, cuya temática sea el arte urbano y la visita a espacios alternativos de ocio y recreación.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico de los espacios de arte urbano, arte público, y de las actividades alternativas que existan en la ciudad de Quito en la actualidad, para valorar su importancia en el turismo.
- Diseñar una ruta turística de acuerdo a las necesidades del mercado y a las características de lo que es el arte urbano y el arte público, en los espacios alternativos de la ciudad de Quito.
- Proponer una alternativa de comercialización y difusión del circuito de arte urbano, en base a un estudio de mercado para este nuevo circuito.

## **1.5 Marco Teórico y Conceptual**

### **1.5.1 Marco Referencial**

En la ciudad de Quito parece no haber propuestas sobre similares rutas turísticas, al buscar en la web, aparentemente no existe algún recorrido turístico con el que se pueda comparar esta propuesta; tampoco se encontró información en libros o revistas, sobre investigaciones al respecto.

Al buscar en la web se encuentran propuestas con temáticas similares en otras ciudades del Mundo; como es el caso de Argentina, precisamente en Buenos Aires, existe una propuesta de un circuito turístico con temática de arte urbano, que tiene con gran acogida. Es el caso de Graffitimundo, una organización sin fines de lucro que promueve la escena del arte

Graffiti en Buenos Aires y apoya a los artistas locales. Sus recorridos muestran la cultura del arte urbano en Buenos Aires, desde sus orígenes políticos. “Este recorrido turístico incluye visitas a los estudios de los artistas urbanos y a bares que tienen la temática del arte callejero”. Estos recorridos turísticos han sido diseñados con colaboración de los artistas callejeros (Graffittimundo, 2013).

Por otro lado en Europa, en Inglaterra, existe un circuito turístico de similares características, es el Street Art London, esta es una empresa, que ofrece recorridos turísticos al este de Londres, en sus recorridos visitan sectores donde se practica el arte urbano y se muestran las obras muralistas de más de 40 artistas callejeros. Estas paredes, con sus pintadas están en constante cambio, a merced de lo que decidan pintar los artistas, por eso cada recorrido siempre será nuevo. “La empresa tiene una estrecha relación con los artistas y regularmente trabajan proyectos en conjunto; la empresa cada día documenta el trabajo de los artistas callejeros, por lo que tienen un profundo conocimiento del arte callejero del Este de Londres”. (Street Art London Tour, 2013)

Safaris Urbanos, es una empresa que realiza una serie de visitas guiadas por la ciudad de Madrid, en las que se muestra obras o intervenciones de arte urbano, el recorrido se completa con información acerca de las obras, los autores, las técnicas o la idiosincrasia de los lugares intervenidos y dejando espacio para la participación activa de los asistentes. “Hacen también recorridos especializados para escuelas, colegios y universidades, donde se incluyen conferencia y talleres de los artistas; además existe la opción de realizar safaris virtuales” (Safaris Urbanos, 2013).

Además de los recorridos turísticos, existen otras posibilidades de atractivos relacionados con el Arte Urbano, como es el caso del “Muro al aire libre” en Barcelona, España. Se trata de un proyecto que transformó un muro ubicado en el Parque de las Aguas, en la calle Abd-el-Kader, en un espacio abierto a las intervenciones de cualquier persona. Consta de 34 marcos de 2 x 4 metros, marcos pensados inicialmente para alojar publicidad y que están incorporados en la propia pared, ofrecen la sensación de estar en una privilegiada galería de arte al aire libre. Este proyecto se enmarca en una vía de regulación del arte urbano que está empezando a ser explorada también en otras ciudades europeas. Se inauguró el 5 de julio de 2008, con una pintada colectiva que reunió a artistas, tanto barceloneses como de fuera, junto con adolescentes que forman parte del incipiente tejido asociativo alrededor del arte urbano. Esta galería abierta se convierte en un atractivo de

arte urbano fijo en la ciudad, ya que con esta propuesta se logra regular el espacio a ser intervenido por la gente y los artistas urbanos, a diferencia del Grafiti libre que también es un atractivo pero en continuo movimiento y desplazamientos de espacio a espacio. Entonces esta pared brinda un alto nivel de seguridad y permanencia, como atractivo turístico.

### **1.5.2 Marco Teórico**

El urbanismo es una ciencia o técnica dirigida a ordenar tanto la ciudad como su entorno, pudiendo alcanzar sucesivamente el ámbito municipal, provincial, regional o nacional. El urbanismo es, en la actualidad, “una perspectiva global e integradora de todo lo que se refiere a la relación del hombre con el medio en el que se desenvuelve y que hace de la tierra, del suelo, su eje operativo” (Diccionario Jurídico Espasa, 1993: 986). Dentro de los estudios sobre urbanismo se encuentra la literatura urbana post-estructuralista, la cual “concibe a los enclaves, como nodos de circuitos internacionales del capital y la cultura, los cuales están colonizando y reemplazando a los lugares locales” (Judd, 2002: 52). “Las ciudades están siendo transformadas en copias sanitizadas y monótonas unas de otras, prácticamente idénticas de ciudad en ciudad” (Harvey, 1994: 295) y según la describe Michael Sorkin (1992), “la nueva ciudad reemplaza la anomalía y el encanto de los lugares locales con un universal particular, un urbanismo genérico” (Judd, 2002:52).

Dentro de estos enclaves internacionalizados del capital y la cultura existen los enclaves turísticos, que de acuerdo a los investigadores urbanos, facilitan el control autoritario del espacio urbano, modificando el consumo y reemplazando y suprimiendo la cultura local y transformándola a “ambiente Disney”. De acuerdo a Judd, (2002) quien reitera la observación de Lefebvre, acerca de que los espacios turísticos son planificados con el mayor cuidado: centralizados, organizados, jerarquizados, simbolizados y programados al enésimo grado. El surgimiento de estas burbujas turísticas estandarizadas y producidas en masa “crean islas de riqueza marcadamente diferenciadas y segregadas del espacio urbano circundante” (Judd, 1999: 53).

Los enclaves turísticos, o las burbujas turísticas, nacieron alrededor de 1980 y 1990, como una necesidad de las grandes ciudades de Norteamérica y de Europa, que frente al demandante avance turístico y la imagen que estas ciudades debían ofrecer, versus a la imagen misma que los ciudadanos tenían de estas, exigían un cambio urgente en la estrategia turística. Estas ciudades, con un alto porcentaje de marginalidad alrededor de

los centros de atracción turística, donde la criminalidad y la violencia eran predominantes; exigían a quienes se proponían hacer de ellas atractivas para los turistas, un intimidante desafío. Aparecen las burbujas turísticas, las cuales proporcionaron a sus residentes y visitantes, imágenes de una ciudad renacida. Hasta las ciudades con altos niveles de criminalidad fueron capaces de generar islas y reservaciones que pudieran ser habitadas cómodamente por turistas y residentes de clase media. “Al interior de estas islas emergió una atmósfera como de carnaval para satisfacer la necesidad de emoción”. (Judd, 1999: 55).

Esta atmósfera de burbuja carnalesca fue una solución turística momentánea para el contexto social de aquellas épocas, pero en la actualidad y con la creciente innovación en la demanda turística, tales burbujas resultan anticuadas para las expectativas del turista, y es entonces que se dice que, afortunadamente los enclaves turísticos constituyen solamente una parte del ambiente que los turistas urbanos experimentan, y de lo que el turismo moderno exige; “ya que los enclaves turísticos constituyen rasgos ubicuos de las ciudades, pero que no las aplastan inexorablemente”. (Judd, 1999: 53).

El “turismo moderno ya no está centrado en los monumentos históricos, las salas de concierto o los museos, sino en la escena urbana, o más precisamente, en alguna versión de la escena urbana adecuada para el turismo” (Sassen y Roost, 1999: 143). Las áreas de las ciudades que invitan a los turistas a deambular pueden no ser lugares normalmente habitados por turistas; “pueden ser áreas tensas, barrios fronterizos o zonas donde pueden vivir y trabajar personas ubicadas en los márgenes de la sociedad urbana: minorías étnicas, culturas urbanas, artistas callejeros, inmigrantes, personas de bajos recursos” (Judd, 1999: 57). Fuera de la habitual zona cómoda, los turistas pueden pasear en un espacio intelectual y físico interesante e impredecible, “estas áreas pueden ser atractivas precisamente porque no han sido construidas ni dispuestas para los turistas” (Judd, 1999: 57). Como lo expresa un artista que vive en un barrio de este tipo “junto con el peligro hay una vitalidad en la que uno se pierde; cuando ya no se está tan confiado respecto de la seguridad personal, hay un cierto límite que se disipa. Y hay algo emocionante en ese límite” (Lloyd, 2000: 33). Estos límites no son normalmente hábitats de turistas, ya que son zonas que no han sido estructuradas para ese propósito, y que brindan al ambiente del turista ese toque de realidad cotidiana. Todo ese engranaje de gente y formas dan actividad a un ambiente propio de estas zonas; lo que permite al visitante, visualizar y vivenciar el entorno tal cual es, en su

estado natural; frente a las experiencias enlatadas, que ofrecen las estructuras turísticas, donde todo ya ha sido previamente ambientado para recibir al turista, ambientes que cuentan con todas las comodidades y distracciones, lo cual establece o impone la imagen que se quiere ser mostrada al turista, imágenes que fácilmente se hallaran en otra estructura turística en cualquier lugar del mundo.

De esta realidad, que presentan estos lugares no usados por el turismo, pueden tomar provecho los circuitos turísticos alternativos, ya que estos ambientes existen por sí mismos y son fruto del diario vivir, de la gente y las actividades que se desarrollen allí, en la mayoría de los casos, abiertos a ser visitados y si no lo estuviesen por completo, podrían ser negociables. Por otro lado, a favor de los circuitos turísticos alternativos, cada vez es más difícil distinguir a los espacios para los visitantes de aquellos espacios para la gente local, “dado que los sectores de ocio, entretenimiento y cultura son considerados como cruciales, tanto por residentes locales como por visitantes extranjeros” (Judd, 1999: 58).

El turista urbano manifiesta un proceso de cambio significativo en sus patrones sociales de consumo y de materialización de la experiencia turística, los turistas ya no sólo demandan y consumen los monumentos y museos de los centros históricos. Hoy en día se convierten en turistas “multi-motivacionales” que viajan también para experimentar el modo de vida urbano del destino, esto responde a la nueva forma de consumo turístico cultural donde se buscan experiencias globales de entretenimiento y ocio *Hall & Page* (Navarro, Merinero. 2013: 1).

“Dentro de la categoría de turista urbano se encuentra a la clase creativa, la cual representa al 30% de la población activa en los Estados Unidos” (Florida, 2010: 47), “son aquellos profesionales de alto nivel educativo, con habilidades intelectuales, analíticas y creativas elitistas”, quienes demandan interacción social, cultura, vida nocturna, diversidad y autenticidad (Judd, 1999: 59); la cual tiende a rechazar experiencias enlatadas, turismo predefinido, donde no se puede crear la experiencia turística, o modular la intensidad de esta experiencia, sino al contrario, “la experiencia es impuesta, mientras que los miembros de esta clase creativa demandan tener a mano la creación de la experiencia en la ciudad, más que simplemente consumir lo previamente establecido”. (Florida, 2002: 232), esto significa que existe una mayor demanda de servicios urbanos, tanto públicos como privados y, que se requiere una visión más amplia dentro de la experiencia urbana.

De acuerdo a los estudios realizados por el Centro de Sociología y Políticas locales, de la Universidad Pablo Olavide de Sevilla, en base a un análisis de los cambios en la oferta de equipamientos y servicios en seis ciudades de España desde 1991 a 2010, se obtienen datos que demuestran un cambio de escenas culturales convencionales hacia no convencionales, con un aumento significativo de la orientación hacia el entretenimiento, en menor medida hacia la creación artística y una disminución de la autenticidad local.

La mayor parte de los turistas urbanos viajan con el objetivo de conocer el ambiente y la cultura local de la ciudad, para “vivir el ambiente” del destino. “La mirada del turista es una mirada amplia en busca de paisajes urbanos sensoriales, que pone de manifiesto una forma de mirar colectiva” (Navarro et al. 2013: 2). “La mirada del turista se traslada desde el recurso hacia la identidad cultural del lugar, logrando que la ciudad como un todo, cobre importancia y se constituya como herramienta de valorización turística”, posibilitando que los elementos característicos de la vida cotidiana local sean los verdaderos objetos de deseo y de interés de consumo por parte de los turistas urbanos (Navarro et al. 2013: 2). Esto genera cambios trascendentes en las ciudades a la hora de posicionarse como destino turístico urbano, ya que los elementos que conforman el producto turístico son más difusos, variados y complejos que en el pasado.

Se puede encontrar que por un lado los turistas demandan en las ciudades elementos de un estilo de vida urbano similar (servicios, equipamientos, infraestructuras); “pero al mismo tiempo tienen que ser únicos, propios de las características locales originales, particulares de la ciudad; de manera que la identidad cultural urbana en sí misma se convierte en la herramienta de valorización turística” (Narravo et al. 2003: 3). El conjunto constituye la clave del mosaico del paisaje urbano, centro preferencial del nuevo atractivo de las ciudades, que persigue el status de exóticas, ya que el interés del turista por la ciudad se concentra de manera fundamental en el exotismo que provoca la cotidianidad urbana. “La esencia está en las características locales y particulares que adopta el estilo de vida urbano contemporáneo y globalizado” (Navarro et al. 2003: 3).

Dentro de toda la diversidad que expresa la cultura local, y a través de las manifestaciones artísticas, se encuentra al Arte Urbano, con frecuencia relacionado a expresiones como el graffiti; el cual es en realidad solo una de las expresiones artísticas dentro de este tipo de arte. El graffiti es de las expresiones humanas más antiguas, se remonta al paleolítico, con el arte rupestre, a través de pinturas y grabados realizados en las cavernas, como es el caso

de la Cueva de Altamira, donde sus murales se pintaron a base de carbón y tintes vegetales, luego se encuentran los frescos romanos y griegos, en los cuales la gente representó escenas cotidianas (Magliano, 2011: 45). Modernamente, el grafiti también ha sido usado como un medio expresivo en forma de protesta, tal es el caso del colectivo Rosa Blanca, colectivo que surge en contra de la guerra alemana, ellos demostraron su disconformidad con el gobierno nazi, a través del grafiti y repartición de volantes dentro de Alemania en el período de la segunda guerra mundial. (Jentsch, 2005).

Posteriormente el grafiti toma diversas facetas, a partir de los 60s, primero se lo cataloga como una actividad vandálica con el uso del spray, luego comenzaron a experimentar con tamaño, color y materiales, como con el uso de pegatinas sobre las paredes, realizando proyecciones en las paredes de las ciudades, video arte en la calle, instalaciones o esculturas; convirtiéndose en toda una cultura dentro de la urbe; por lo que se lo reconoce al grafiti como una expresión artística y una verdadera obra de arte, se habla de la época del post-grafiti. El arte urbano se hace visible ocupando los mismos espacios que todos, pero evidenciando temas que pasarían desapercibidos. Sobre estos espacios, en la escena urbana y específicamente en los barrios, el arte público, se manifiesta por medio de actividades integradoras con la comunidad barrial, mediante talleres artísticos que se presentan posteriormente en las calles, asequibles para todos. También existen tiendas y cafeterías con la temática del arte urbano, donde también se encontrará la venta de objetos artísticos y muchas veces a los artistas protagonistas del arte urbano (Valladolid Web Musical, 2013). Tal es el caso de muchas ciudades en el mundo, y más específicamente es el caso de la ciudad de Quito.

Es muy importante que se impulse el buen desarrollo de toda actividad artística emergente, como el Arte Urbano, ya que al ser parte de la cultura es parte también del patrimonio cultural, al existir un correcto apoyo por parte del sector gubernamental, municipios, ministerios, en miras de ampliar el público para las artes, el sector turístico y a la vez artístico saldrían beneficiados. Tal es el caso de Londres, ejemplarizado en la siguiente cita “La financiación de las artes ha sido justificada frecuentemente, bajo términos económicos. Así surge la necesidad de ampliar al público para las artes, y apoyar a las formas no tradicionales de arte, bajo la evaluación de proyectos y reconociendo los intereses del mercado. Estas preocupaciones fueron ampliamente promovidas, por los organismos de financiación a las artes, lo que los supone como sus defensores.” (Selwood, 1995: 25).

## 1.6 Metodología

El enfoque metodológico que se empleó para la investigación en este tema fue el Método Social. Dentro de esta metodología, se inició la investigación por la fase exploratoria, con el fin de reunir toda la documentación posible relacionada con este tema, sobre la cual se trabajó en base a la búsqueda de los nuevos intereses y tendencias de los turistas urbanos alrededor del mundo. Esta información se recopiló de libros y otras fuentes documentales, en bibliotecas y publicaciones de artistas, ya que existen suficientes estudios sobre este tema. Por otro lado, se trabajó con la web, a través de libros, revistas, periódicos y blogs digitales sobre circuitos turísticos innovadores en otros sectores del mundo. También dentro de la fase exploratoria se consultó información a través de mapas, como un registro gráfico de los puntos principales en donde se realizan manifestaciones culturales y artísticas urbanas, ya que actualmente se está realizando un mapeo alrededor del Ecuador, sobre los puntos principales en donde se realizan manifestaciones de arte urbano, en este caso enfocada a la ciudad de Quito.

Otra metodología que se utilizó dentro de la fase exploratoria fue la observación, a través de esta y en base a estudios existentes de arte urbano en Quito, consistió en recopilaciones fotográficas de los diferentes puntos de Arte urbano y de sus manifestaciones, para determinar cuáles puntos resultarían tentativamente de interés turístico. Para identificar esto se realizó una valoración cualitativa, a través de fichas, utilizando técnicas de inventario y valoración turística.

Con el objetivo de recolectar información más enfocada se realizaron entrevistas formales a gestores turísticos, sobre la temática arte urbano, sobre el apoyo que existe hacia estas manifestaciones, sobre las iniciativas que los artistas tienen en la escena urbana, y sobre su relación con el turismo. También se realizaron entrevistas a autoridades vinculadas con el tema del Arte urbano, y a las personas y gestores que su labor sea la de promover a las manifestaciones artísticas a través de la presentación de proyectos a entidades del Estado, como por ejemplo el Municipio de la ciudad de Quito y el Ministerio de Cultura. Se consultó con actores turísticos pertinentes a cerca de los recorridos turísticos que actualmente se ofrecen en la ciudad y sobre su acogida, priorizando a las ideas turísticas más innovadoras, como es el caso de la ruta de San Roque, el Quito Tour bus y Quito eterno.

Por otro lado también se realizaron entrevistas a las personas y colectivos involucradas directamente con el tema del arte urbano, mediadores entre los artistas y la ciudad, refiriéndome a aquellos organizadores de festivales, como el Detonarte, al Zurich, y también hacia aquellas que manejan tiendas y restaurantes con temas relacionados al arte urbano y artes alternativas. Todas estas entrevistas se realizaron en base a un bosquejo directo pero flexible de las principales preguntas que se deben realizar.

La recopilación de toda esta información ayudó en la metodología para el diseño de la ruta turística, y determinó cuáles serían los procesos de manejo y comercialización de la ruta turística de arte urbano.

## **2. CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LOS ESPACIOS DE ARTE URBANO DE LA CIUDAD DE QUITO**

### **2.1 El Espacio público y el Arte Urbano**

El arte urbano tiene como medio de expresión al espacio público, Jordi Borja (2003) señala que “el espacio público es la ciudad”. Las ciudades no son el espacio de lo doméstico o privado, son el ámbito donde la población se encuentra (simbiosis), donde se identifica (simbólico) y donde puede manifestarse (cívico). Por eso, en estricto sentido, las viviendas o las casas no son la ciudad sino sus fachadas, porque son ellas las que cierran la plaza y delimitan la calle. De allí que –en realidad- no se sale de la casa para ir al exterior, sino que, en rigor, se sale de la casa para ir adentro, hacia la ciudad, para ser parte y construir el espacio público. “Se sale de la casa para encontrarse con el otro, hacer ciudadanía y producir pensamiento cívico. Se sale del espacio público para ir afuera, al espacio doméstico, al espacio privado, al exterior; hacia lo que no es ciudad” (FONSAL, 2010: 129).

El espacio público es la ciudad por ser el espacio donde la población se representa, visibiliza y encuentra; se trata “del ayuntamiento” o “del lugar común”, conceptos que hoy deben ser revaluados en un contexto de alta diversidad. El símbolo principal del espacio público es la plaza. “El espacio público es una gran sala de reunión, de encuentro y de tertulia (ágora, polis). No obstante, hoy se vive la mercantilización de lo simbólico y el tránsito del espacio de los lugares al espacio de los flujos” por Castells, 1997 en FONSAL (2010: 130), que desarrollan dos patologías que tienen el mismo sentido de no producir ciudad; por un lado, el enclaustramiento que conduce al encierro y a la cultura a domicilio, y por otro, la agorafobia que expulsa a la población del espacio público y hace que la plaza se convierta en un producto urbano en vías de extinción dentro del urbanismo moderno. “Y es esta doble condición la que lleva a que el espacio público se convierta en el ámbito principal del conflicto urbano y de la erosión de la ciudad” (FONSAL, 2010: 130).

El arte encuentra en la necesidad de ser expuesto a la mirada, a la escucha, al tacto su posibilidad primera. “El valor de exposición señala la adscripción del arte a un campo de fenomenalidad, de visibilidad que lo vincula indisolublemente al espacio público” (Albán, 2008: 10).

El arte urbano es aquel que se visibiliza en la ciudad, este ha sido erróneamente sectorizado como único hacia la actividad del muralismo o graffiti; pero, al estudiar el término con más profundidad se entiende al arte urbano como cualquier manifestación artística que sea realizada en el espacio público. Dentro de esta deducción se tiene al teatro callejero, a la danza, a la música y al graffiti dentro del arte urbano y demás manifestaciones expresadas en el espacio público; por ello, la historia del arte urbano dentro de la ciudad de Quito se remonta hacía muchos años atrás con varios colectivos e intérpretes que han desarrollado actividades artísticas dentro del espacio público de manera legal o ilegal.

La intervención artística en el espacio urbano es una de las prácticas urbanas contemporáneas que está tomando fuerza, es una práctica en donde el colectivo tiene una mayor conciencia y la participación ciudadana es mayor por la capacidad de los mecanismos de inserción en la complejidad del transcurrir diario de una sociedad y de la cotidianidad del individuo (Anaconda Cultura y Arte, 2008: 25).

## **2.2 Reseña histórica del arte urbano en Quito**

Dentro de las distintas manifestaciones artísticas urbanas en la ciudad de Quito, está el **teatro callejero**, su historia surge en 1966, a raíz de la institucionalización del teatro en la Casa de la Cultura Ecuatoriana, el mismo que influenciado por el teatro internacional se vuelca del tradicional teatro de salón y demás escenarios, hacia el teatro de la calle (Vera, 2005: 20). Consecuentemente surge en la ciudad de Quito el grupo los Tzántzicos, los cuales intentaban en sus presentaciones mostrar la historia no oficial, bajo la dirección de una práctica teatral que no pretendía la formación autoral individual ni la profesionalidad de los actores, “se encaminaba a la búsqueda de nuevos espacios, como las plazas, plazoletas y calles, en contraposición a los tradicionales escenarios y el teatro burgués se enmarca como un teatro de denuncia social y política; en donde interpretan obras como Boletín y Elegía de las Mitas, Huasipungo, etc.” (Vera, 2005: 21).

El teatro callejero ha sido justamente uno de los mayores representantes del teatro popular en nuestro país, muchos de sus personajes se mantienen en el imaginario social de la gente, entre ellos Carlos Michelena, quién es un personaje socialmente constituido y reconocido como un artista popular, así es como la calle se proyecta como un escenario cultural. Carlos Michelena se convirtió en un portavoz de un discurso y una actitud ante la política y la sociedad utilizando siempre la sátira y la ironía; su escenario: el parque El Ejido.

Actualmente y desde hace 20 años se encuentra el grupo de teatro Los Perros Callejeros, quienes combinan la música con el teatro en la calle, incorporando personajes, música, tradiciones y situaciones propias de la cultura quiteña. “En sus obras teatrales utilizan una serie de melodías ecuatorianas como Sanjuanés, Capishkas, ritmos afro, también varios ritmos universales como el Ská, el Blues, el Jazz y el Punk” (Vera, 2005:21).

De los Perros Callejeros se desprenden varios personajes que realizarán sus propias obras sobre el espacio público, como es el caso de Fabián Velasco Andrade, el famoso Rosalino Povea “el Hombre Orquesta”, este personaje es un cuestionador de la política, la historia y la sociedad, se acompaña de diferentes instrumentos musicales como el saxofón, el charango, el bombo, entre otros; todos estos instrumentos se hallan unidos a su vestimenta, consiguiendo con sus programados movimientos armónicamente una pieza musical. Como lo dice Fabián Velasco:

La máxima definición que yo puedo hacer es tratar de integrar en un solo personaje toda la idea. “Yo siempre digo que soy hijo de papá Michelena, el me enseñó a dignificar la calle, a ver la calle como un espacio totalmente idóneo y libre para desarrollar este tipo de teatro, el cual no es un teatro formal, pero tiene muchos elementos del teatro de salón, el nivel de energía de un teatrero de la calle es tratar de dilatar a lo máximo el movimiento porque en el teatro callejero entras en contacto directo con el público, donde por las condiciones normales de ruido debes alzar más la voz, y muchas veces conversar y mencionar al espectador para que se sienta partícipe de la obra, te conviertes en actor y director a la vez (Vera, 2005: 30).

El Hombre Orquesta tiene su “Taller Cultural El Hombre Orquesta” del cual se forjan nuevos artistas, los cuales pasan por una preparación del cuerpo, la mente, el espíritu, encontrando a un ser en búsqueda de mejorar la calidad expresiva e interpretativa. Este taller tramita y realiza diversas presentaciones en la ciudad. Fabián Velasco trabaja jueves, viernes, sábado y domingo

Me presentaba en la Plaza del Teatro, en la de San. Agustín, en La Chica, en La Grande, en San. Francisco, en los Parques Andrade Marín, El Ejido, La Alameda, San Blas. El taller labora para la producción de presentaciones ya sea organizadas externamente y proponemos también a distintas instituciones el show dentro de actividades de las mismas (Vera, 2005:32).

El teatro callejero se constituye como el principal exponente del arte sobre el espacio público de la ciudad de Quito, teniendo como principales escenarios para su interpretación al centro histórico.

El Centro Histórico es un espacio dotado de una gran carga simbólica para los quiteños, tanto “desde lo político administrativo, como también desde lo ideológico religioso, además el centro histórico es para los sectores populares sitio de trabajo y gran centro de comercio popular, tanto formal, como informal” (Castro, 1993: 136), lo que lo convierte en el escenario propicio para la realización de las manifestaciones artísticas, ya que su morfología permite la concentración de diversas actividades en plazas, calles y plazoletas.

La ciudad de Quito fue reconocida como Patrimonio Cultural de Humanidad hace más de 30 años. Con esta mención la comunidad internacional ha podido participar activamente en la conservación y defensa de los bienes patrimoniales con los que cuenta Quito. En la alcaldía de Rodrigo Paz, en 1990, “Quito fue proclamada como ciudad abierta al Arte y la Cultura, lo que dio mayor impulso a los artistas de la calle para ejercer más libremente su trabajo en los diferentes sectores de concentración en la ciudad” (Vera, 2005, 33).

Como parte de la historia del arte callejero se encuentra a los poetas de la calle o juglares, está el caso del Poeta Clavijo, en los años treinta “que acostumbraba vender sus poemas en hojas sueltas en la avenida 24 de mayo, mientras tocaba la guitarra y una de sus hijas cantaba versos al estilo juglar” (García, 2002: 59); y desde fines de los años sesenta aparecen los poetas de la calle (Instituto de la Ciudad, 2013: 34). De este modo el campo literario “se instaló en las plazas y calles a partir de la transmisión oral, pues incluso aquellos que no saben leer pueden entrar en la cultura de los escritos como oyentes de lecturas hechas en voz alta por quienes aprendieron el abecé” (Chartier, 2007: 103). Por tanto la emergencia de la palabra contribuyó al espíritu de la plaza pública, y estos ruedos callejeros se sumaron a los espacios compartidos de los habitantes de la ciudad, que “según una crónica del siglo XIX se caracterizaban por el gusto por la música indígena o de origen indígena que era frecuente entre blanco-mestizos” (Kingman, 2009: 7), “así como el manejo del quichua como segunda lengua y también las creencias compartidas, como muestran las devociones de santos y vírgenes” (Kingman, 2009: 7). Es decir,” en los nuevos “espacios compartidos” se empezó a producir de manera material y simbólica la cultura popular del centro de la urbe” (Instituto de la Ciudad, 2013: 34).

En la década de los años sesenta en Ecuador se produjo “la primera insurrección contra el orden instaurado en la cultura y contra los valores políticos y estéticos expresados por la generación del 30” (Arcos, 2006: 148). Surgen expresiones artísticas que “colindan con los intereses de liberación, con el feminismo, con la lucha de los derechos civiles... y emergen agrupaciones de creadores-as hartos de los cánones occidentales... quienes rompen con los roles pasivos del espectador y activo del actor” (Instituto de la Ciudad, 2013: 38). Es así que:

... la cultura de esta franciscana ciudad no podía ser otra cosa que la contrapuesta, la contracultura, en el caso del arte, esa posición contraria a los sitios, a los círculos de artes: museos, sitios de educación, universidades, galerías, en fin. Por lo que algunos sectores de trabajadores del arte buscaron espacios alternos: un café de calle, un bar, cualquier cosa menos lugares tradicionales (Instituto de la Ciudad 2013: 39).

A partir de la ruptura, los “roles pasivos del espectador y activo del actor” empiezan a generar una suerte de irrupciones sistemáticas a las plazas y calles del centro y la “franciscana ciudad” vive una etapa de disputa por el uso no oficial del espacio público, por parte de los poetas de la calle perseguidos por la policía. Estos exponentes no nacen por generación espontánea, sino que responden a los ideales de liberación de los años setenta donde se planteaba “una entrega del poeta al pueblo [de este modo] romper, ser iconoclasta, no obedecer las normas establecidas [...] dar la voz al pueblo (Instituto de la Ciudad, 2013: 43) porque:

¡Ojo! que la gente espera en las plazas  
historias para no ser contadas  
canciones que nadie canta  
retretas que suena como botellas  
cayendo de su soledad vacías.

Los poetas decimos:

hemos venido a contar las historias  
en busca de los puentes  
que no se han levantado  
y también las piedras

cuyo corazón ha de servir para recabar

frases lindas y tristes. (Versos atribuidos a Bruno Pino, 1960).

Los poetas de la calle y de modo seguido los teatreros de la calle se autoadscriben a la cultura popular” (Instituto de la Ciudad 2013: 36) en los espacios abiertos donde el poder adquisitivo no discrimina a los espectadores. Esta postura se ubica en franca oposición a las expresiones culturales y artísticas de la “alta cultura” (Instituto de la Ciudad, 2013: 36) las que se desarrollan mediante invitaciones personales y/o costo de las entradas a salas cerradas (Instituto de la Ciudad, 2013: 36).

De esta manera es como emerge el arte dentro del espacio público en la ciudad de Quito, en la actualidad tiene gran fuerza y varios exponentes dentro de las diversas áreas artísticas que día a día se exponen en la quiteñidad y dentro de la cultura como tal, entre las expresiones artísticas callejeras que actualmente tienen varios actores y acogida en el espacio público está el graffiti, la gráfica urbana, la cual ha sido considerada tradicionalmente como una manifestación creativa propia de los suburbios, barriadas, pueblos jóvenes, asentamientos de migrantes y en general lugares de estrato bajo. Comúnmente asociado al pandillaje y vandalismo, es por ello que este arte ha batallado continuamente por encontrar espacios de diálogo adecuados y evitar una mirada descalificadora (Auz, 2012: 6).

Como una referencia global, el graffiti tiene su aparición en los 80s, en New York, con complejas caligrafías que nombraron a los primeros escritores urbanos; en Latinoamérica este arte ha surgido en los últimos tiempos, hoy es ya reconocido en centros culturales como: Centro Cultural Border, en México D.F, el Museo de Arte Contemporáneo de los Ángeles, Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (Auz, 2012: 6).

En Quito específicamente, el museo Camilo Egas, hoy parte del Ministerio de Cultura, cuyas iniciativas “Letras y Huellas” y “Viernes para la Pípol” marcaron un hito en el tratamiento del arte de la calle en el espacio del museo. Nina Shunku como iniciativa independiente también maneja esta perspectiva del arte urbano (de Anónimo, en Auz, Luis, 2012: 7). Dentro de las iniciativas municipales en la ciudad se tiene al Centro de Arte Contemporáneo, el CAC, como un promotor a propuestas artísticas urbanas dentro del marco del trabajo con la comunidad (com. per, Enríquez, Diana, Graffitera Ratona, 2014).

Dentro de las propuestas y proyectos realizadas a través de gestores culturales, existen festivales de carácter nacional e internacional, como es el caso del Festival Internacional de Arte Visual Urbano “Detonarte” en Quito, Gods of Paint también en Quito, Sudamérica Graffiti Meeting en Quito, por otro lado, en Cuenca está el Encuentro Nacional de arte

urbano, en Baños, el Volarte fest y en Ambato el festival de arte público graff (Auz, 2012: 8). Desde otra perspectiva está Quito Chiquito, el cuál es un encuentro multidisciplinario de Arte, quien trabaja en la formación de nuevos públicos y creadores para el arte de calle, y para niñas y niños con obras colaborativas realizadas entre escolares y artistas urbanos (Auz, 2012: 8).

### **2.3 El espacio público en Quito en la actualidad**

En Quito debe abrirse un terreno de estudio del espacio público no sólo desde el mantenimiento y revalorización de la urbanística monumental, sino de todo espacio habitado por transeúntes, comercio, burocracia y vecindad; “posibilitando las opciones de trabajar prácticas incluyentes o excluyentes de la población que los habita, según el enfoque de las políticas públicas de la ciudad” (Instituto de la Ciudad, 2013: 37).

Quito construyó el espacio público por interacciones del intercambio comercial, étnico y de género. En los años 60 y 70 el espacio público fue asumido como tribuna y foro de denuncia social. En el presente, al irrumpir nuevas formas de expresión artística y cultural, el tejido social histórico y político logra un enfoque de multiplicidad, constituido por interacciones donde los espacios de ocupación temporal de los grupos sociales son procesos, atravesados por otros procesos y todos con legítimas voces y oídos receptores. Se trata de que la gestión urbana de espacios públicos en la ciudad debe partir de una base jurídica que otorgue:

Derecho al lugar [de vivienda de las personas que habitan en torno a estos lugares] [...] a la identidad colectiva [...] a la movilidad y accesibilidad [...] derecho al acceso y uso de tecnologías de información y comunicación [...], a la calidad del medio ambiente [...] [y] al mismo status político-jurídico ciudadano (Borja y Muxí, 2000: 77-81).

### **2.4 Gestión Cultural, Gestión Turística.**

La gestión del espacio público en el territorio “requiere partir del mapeo de los espacios públicos “formales” y los alternativos para establecer diagnósticos de las condiciones de infraestructura y prácticas de ocupación” (Instituto de la Ciudad, 2013: 37). Este mapeo debe realizarse con el acompañamiento de profesionales en investigación social, gestores culturales y artistas que entre sus prácticas realizan creaciones en y para el espacio público. Aquí es fundamental rastrear cuáles son los canales de difusión y comunicación para que sean fortalecidos y paulatinamente contribuyan a la formación de públicos.

El espacio público se torna inclusivo y democrático cuando las actividades que se realizan en él, parten de la premisa de redistribución social. “Cada espectáculo financiado por el Estado es una retribución de los impuestos para la población y para el artista, es el derecho al trabajo que debe ser dignificado en el trato con la institución y en la remuneración económica” (Instituto de la Ciudad, 2013: 42).

Este es sólo un acercamiento preliminar del alcance de las prácticas culturales y artísticas del distrito. Los artistas callejeros son exponentes de la “cultura popular”, ya que establecen en sus trayectorias procesos de inclusión, permanencia, renuncia y exclusión de la plaza pública. Con cincuenta años de ocupación permanente de los espacios públicos por parte de los artistas callejeros, ellos se han ganado un espacio y el respeto en la urbe, pues son memoria viva de la ciudad, por ser entes que desde la crítica, la “risa y el lenguaje de la plaza pública” (Instituto de la Ciudad, 2013: 44) alimentan retroalimentan y hacen “escuela del humor quiteño” en los espacios públicos centrales de la ciudad.

Dentro de la gestión del espacio público para la cultura en Quito no puede olvidarse que el turismo es un renglón en la economía de la ciudad. El turismo es un nicho laboral para las artes, los oficios, las expresiones artísticas y culturales locales, por lo que una gestión municipal del espacio público no puede desconocer la importancia y auge de esta actividad en sus agendas de

- i) formación y capacitación a los actores locales,
- ii) difusión y comunicación de eventos en la ciudad,
- iii) diseño de mapas y guías turísticas, y estudios y publicaciones de turismo donde se imbriquen la producción material y simbólica de los espacios públicos de la ciudad (Instituto de la Ciudad, 2013: 44).

## **2.5 Tipo de arte urbano actual y manifestaciones artísticas que serán consideradas para el diseño de la ruta turística**

A partir de las consideraciones anteriores, en este punto se procederá a delinear la propuesta de una ruta turística para lo cual se identificarán, analizarán y propondrán las manifestaciones artísticas, donde se considerarán, su ubicación, calidad, capacidad, horarios, accesibilidad, etc., para así concluir el estudio de sus posibilidades turísticas.

Dentro del arte urbano en la ciudad de Quito se encuentran varias tendencias o manifestaciones artísticas como es el graffiti, el teatro callejero, arte público, danza y

música, es decir, implica a todas las manifestaciones artísticas realizadas dentro del espacio público de forma legal e ilegal. Dentro de las manifestaciones artísticas que considerará esta ruta turística, están los colectivos o grupos de personas asociadas para mostrar sus productos artísticos y manifestaciones artísticas por lo que las tiendas de arte y colectivos asociados estarán dentro de la ruta turística.

Resulta muy interesante considerar este análisis realizado por Macshori Rúaless, editora y directora de la revista Anaconda Cultura y Arte, acerca del arte público y tomarlo como referente al momento de elegir una intervención artística que pueda ser realmente admirada por el público, es decir por el transeúnte ciudadano:

El arte público corre varios riesgos en la actualidad: la idea de libertad en el hecho creativo frente a la realidad puede perder su intención, pues la ciudad es un territorio salvaje. Sus ruidos y luminosidades compiten con las instalaciones sonoras o las proyecciones de videos, o con las obras que otrora estuvieron protegidas en museos y galerías (Anaconda, Arte y Cultura, 2008: 14).

Al hablar de este territorio salvaje, la ciudad, la cual con sus ruidos y luminosidades compite con el arte urbano, con el graffiti, con el mural, es importante señalar que la ubicación del desarrollo de las actividades artísticas es decisivo en el momento de elegirlos como atractivo turístico; adelante se presenta un listado de los espacios aprobados por el Municipio de Quito para la realización de murales alrededor del Distrito Metropolitano de Quito, los cuáles serán preseleccionados en primera instancia de acuerdo a su ubicación, para que puedan ser apreciados por el público, el transeúnte, el espectador:

## **2.6 Clasificación de los espacios en donde se expresa el arte urbano y actividades alternativas.**

Dentro de los lugares considerados para el diseño de la ruta turística, están los espacios que siendo parte del espacio público han sido destinados para el uso del arte urbano, es decir para la realización de murales; también están consideradas las tiendas de arte y cafés que den cabida a actividades alternativas y a productos artísticos independientes dentro de la ciudad de Quito.

La clasificación de los murales dentro de la ciudad de Quito se realizará de acuerdo a una disposición del Municipio de Quito la que dice que “Dado al incremento de expresiones de arte urbano en la ciudad, la Municipalidad ha buscado la creación de una ordenanza que

permita controlar el uso de espacios y regular dicha actividad”. (El Hoy, 2011) y de acuerdo a la Ordenanza 282, Capítulo IV, Promoción de las expresiones artísticas urbanas, y al Artículo...(17).- De los espacios públicos para la expresión artística alternativa y del espacio público autorizado para la expresión escrita o simbólica de cualquier naturaleza.- Y en los siguientes numerales: 1. Se permitirá la manifestación de toda expresión artística alternativa, escrita o simbólica, en diversos puntos de la ciudad..... 2. La ocupación temporal del espacio público.... Deberá contar con la autorización expresa de la Administración Zonal correspondiente... 5. En casos de otros tipos de expresiones artísticas urbanas diferentes a las antes descritas, la ocupación temporal del espacio público deberá contar con la autorización del órgano metropolitano competente (Ordenanza 282, 2012).

De acuerdo a esta ordenanza, el espacio público está disponible para el arte urbano de acuerdo a las necesidades de los artistas y bajo la aprobación de la entidad regente. Por otro lado, el Municipio de la Ciudad de Quito con el afán de regularizar la expresión de las llamadas artes alternativas o graffiti ha predestinado ciertas paredes de la ciudad para el uso de las mismas, a continuación se presenta un listado con la preselección de algunas de las paredes, selección que fue realizada en base a la ubicación de dichas paredes, tomando en cuenta a las que se encuentran en las avenidas principales del Distrito Metropolitano de Quito. Esta preselección será nuevamente evaluada más adelante de acuerdo a la calidad de los murales. El listado completo se encuentra en los anexos del presente documento.

**Tabla 1: Espacios Autorizados Para Libre Expresión.**

<b>Administración</b>	<b>Barrio/Sector</b>	<b>Dirección</b>
Quitumbe	Beaterio	Calle El Beaterio
Quitumbe	Quitumbe	Pared puente Av. Simón Bolívar-San Martín
Eloy Alfaro	Moran Valverde	Av. Moran Valverde y Malvas
Eloy Alfaro	Guajaló	Av. Maldonado y Morán Valverde (puente Guajaló)
Eloy Alfaro	Teniente Hugo Ortiz	Teniente Hugo Ortiz
Eloy Alfaro	Solanda	Parque de la familia
Eloy Alfaro	El Camal	Calvas
Eloy Alfaro	Chimbacalle	Av. Napo y 1ª de Mayo
Manuela Sáenz	Ejido	Av. 10 de Agosto y Atenas
Manuela Sáenz	Larrea	Av. 10 de Agosto y Tarqui
Manuela Sáenz	La Alameda	Chile y Valparaíso
Manuela Sáenz	Monjas	Autopista General Rumiñahui
Manuela Sáenz	La Floresta	Toledo y Madrid

Eugenio Espejo	Sta. Clara	Av. 10 de Agosto
Eugenio Espejo	Las Casas	Parque Italia
Eugenio Espejo	Las Casas	Jose Valenti y Diego Martín de Utreras
Eugenio Espejo	Mariana de Jesús	Av. Mariscal Sucre y Mariana de Jesús
Eugenio Espejo	Iñaquito	Av. Amazonas
Eugenio Espejo	Parque La Carolina	Tribuna de la Av. Shyris
Eugenio Espejo	Jipijapa	Av. Gaspar de Villarroel y Av. de los Shyris
Eugenio Espejo	Maldonado	Paso a desnivel de El Labrador
Eugenio Espejo	Comité del Pueblo	Carlos Fontines y Francisco de la Torre

**Fuente:** Concejal Freddy Heredia, 2013.

A continuación y sobre esta misma tabla se realizará una nueva selección en base a los murales que hayan sido recientemente pintados y que se encuentren en buen estado. Como parte de los lugares que serán considerados como atractivos turísticos de esta ruta están las tiendas de arte, y casas de encuentro para las expresiones artísticas.

Entre las tiendas de arte que serán consideradas para la valoración turística están aquellas que acojan a artistas ecuatorianos y también a extranjeros, que ofrezcan productos de calidad, a la cantidad de artistas que sean beneficiados por sus productos artísticos, y por los productos que sean realizados con materiales reutilizados y reciclados. A continuación se presenta un listado con las tiendas de arte conocidas dentro de la ciudad, de allí se pasará a realizar la última selección para la ruta turística.

**Tabla 2: Tiendas de Arte**

<b>Nombre</b>	<b>Barrio/Sector</b>	<b>Dirección</b>
La Caprichosa	La Floresta	Guipúzcoa y Sevilla
Fui Reciclaje	La Floresta	Guipúzcoa y Coruña
Nina Shunku	Plaza 24 de Mayo	Calle la Ronda
Chucherías	La Floresta	Francisco Larrea
Capital Lab	La Floresta	Coruña y Av.12 de Octubre
La Tienda del CAC	Centro de Arte Contemporáneo	Montevideo y Luis Dávila
Artesanía Urbana	La Ronda	Calle La Ronda

Dentro de los cafés y restaurantes que serán considerados como posibles dentro de la ruta turística, están los siguientes:

**Tabla 3: Restaurantes**

NOMBRE	PLATO ESTRELLA	TRAYECTORIA	BARRIO	DIRECCION	PROPIETARIA
Cafetería la Mazorca	Humitas, tamales, quimbolitos, empanadas de: viento, morocho, verde, café, morocho	40 años	El Morlán	Capitán Ramón Borja y Av. 6 de Diciembre	Hugo Manosalvas
Los Auténticos Cevichocho de Mary	Cevichocho con fritada	30 años	La Carolina	Av, Shyris y Av. Eloy Alfaro	María Jumbo
Mondongo de Borrego: del Mercado de Santa Clara	Mondongo de Borrego	40 años	Santa Clara	Calle Versalles y Machena	María Guadalupe Rocha
Café Espiral	Plato saludable (Universidad e Harvard)	1 año	La Floresta	Mallorca N24-266, entre la Coruña y	Janet Roccanova
Donde Gopal	Almuerzos y Platos a la carta vegetarianos	2 meses	La Floresta	Mallorca N24-266, entre la Coruña y	María Belén Merino
Panadería y Pastelería de San Juan	Quesadillas	76 años	San Juan	Deifilio Torres N13-140 y José Ríofrío	Manuela Cobo y Gabriela Cobo
El Huequito: Caldo 31 de la Basílica	Caldo de 31	52 años	La Basílica	Venezuela N12-35	Mónica Moreno
Café Popular	Desayuno: jugo de mora, pan de agua, huevos pasados	60 años	Plaza del Teatro	Manabí entre Flores y Montufar	Alicia Coronel Suárez
Heladería San Agustín	Helados de Paila	153 años	San Agustín	Guayaquil N5-59, entre Mejía y Chile	Yolanda Álvarez Andino
Las Colaciones de la Cruz Verde	Colaciones	96 años	San Francisco	Bolívar Oe8-117 y Chimborazo	Luis Marcelo Banda
Chinchulines Doña Marina	Chinchulines	25 años	La Internacional	Cusumaza y Teniente Hugo Ortiz	Olga Marina Toaza Velasco
Los Morocho de Doña Ligia	Morocho con empanadas	60 años	Las Cinco Esquina	Av. Juan de Alcázar y Pedro Cepero Esquina	Familia Ortiz Valenzuela

Como parte de la investigación se tomarán en cuenta aquellas acciones realizadas por los artistas, conocidas como arte público, arte comunitario, arte barrial. Uno de los ejemplos de gestión en esta área es el Zúrich, “ movimiento que surge en 1990, como consecuencia de la zonificación artística que vivía Quito, ya que todo estaba limitado hacia la zona Norte y Centro del Distrito Metropolitano, y por otro lado el Sur era considerado como una zona industrial y obrera (Robalino, com. pers, 2014)”, es cuando este grupo empieza a accionar este tipo de arte en distintos barrios del Sur, su obra es encargada más que de dejar una huella física en la ciudad, un huella en la memoria de la comunidad barrial, ellos trabajan temas sobre la memoria del barrio, a través de acciones que surgen desde la personas que habitan estos barrios (P. Robalino, com. pers, 16-02- 2014). Al Zúrich busca articularse con otros artistas ya sean nacionales o internacionales y actualmente quieren expandir su territorio hacia otros países de Latinoamérica, ahora tienen la iniciativa y han creado una oficina móvil, a partir de marzo esta oficina móvil va a estar ubicada en las nuevas instalaciones del antiguo terminal Cumandá, el nuevo Qmanda Parque Urbano. La idea de esta oficina móvil es la de dar información a los turistas y artistas de todas sus acciones artísticas a lo largo de estos 25 años, la oficina móvil estará al menos 6 meses en el Parque Urbano Qmanda.

Existen otros movimientos organizados dentro de esta actividad, pero después de este breve análisis se demuestra que no es factible incluirlos, al menos por el momento a estas actividades turísticas, primero porque en muchas de las ocasiones no existen huellas físicas y otra razón es que en la actividad está involucrada la gente de la comunidad barrial, se necesita un proceso más largo de análisis y de trabajo conjunto con estas personas para integrar al barrio dentro de la actividad turística, como gestores y guías de una ruta turística, lo cual es muy interesante pero implicaría otro estudio muy concienzudo.

Esta lista de atractivos parece ser suficiente para la elaboración de una ruta turística, el siguiente paso será la valoración turística de cada uno de estos atractivos, para al fin concluir con la ruta turística.

## **2.7 Valoración turística de los espacios y actividades de arte urbano**

### **2.7.1 Selección de murales para el diseño de la ruta turística.**

Los murales han sido seleccionados de acuerdo a la iniciativa municipal de Flujos Urbanos, que tiene la intención de hacer una ruta visual de murales en el espacio público del Distrito Metropolitano de Quito. Estos murales son adecuados para la ruta. La razón es que son murales bastante grandes y de gran calidad, y la mayoría de ellos son prácticamente nuevos. También se tomarán en cuenta otros murales de la ciudad de Quito que estén en similares condiciones.

**Tabla 4: Selección Murales**

<b>Administración</b>	<b>Barrio/Sector</b>	<b>Dirección</b>
Eloy Alfaro	Moran Valverde	Av. Moran Valverde y Malvas
Eloy Alfaro	Solanda	Parque de la familia
Eloy Alfaro	El Camal	Calvas
Eloy Alfaro	Chimbacalle	Av. Napo y 1ª de Mayo
Manuela Sáenz	La Floresta	Toledo y Madrid
Eugenio Espejo	Las Casas	Parque Italia
Eugenio Espejo	Mariana de Jesús	Av. Mariscal Sucre y Mariana de Jesús
Eugenio Espejo	Iñaquito	Av. Amazonas
Eugenio Espejo	Parque La Carolina	Tribuna de la Av. Shyris
Eugenio Espejo	Jipijapa	Av. Gaspar de Villarroel y Av. de los Shyris

### 2.7.2 Selección de Restaurantes para la elaboración de la Ruta Turística.

La selección de los restaurantes se realizó en dos formas: 1. Mediante la observación directa y 2. A través del libro: El libro de las auténticas Huecas de Quito, este libro realiza un recorrido por los lugares autóctonos de Quito, lugares que tienen de 3 a 153 años de vida, como es el caso de la heladería de San Agustín, pasando sus secretos culinarios de generación en generación familiar, son sitios con mucha cultura alimenticia quiteña y del Ecuador.

Para la selección se han tomado en cuenta aspectos como:

- Lo innovador de sus platos,
- Si se encuentra dentro de los alcances de la ruta turística,
- Si la comida que ofrece puede ser de agrado para todos y de no ser así, que exista la opción de un restaurante cercano.
- La calidad de sus servicios.

Arriba se presenta el cuadro de la preselección de los restaurantes que posiblemente entrarán en la ruta.

**Tabla 5: Selección restaurantes.**

NOMBRE	PLATO ESTRELLA	TRAYECTORIA	BARRIO	DIRECCION	PROPIETARIA
Café Espiral	Plato saludable (Universidad de Harvard)	1 año	La Floresta	Mallorca N24-266, entre la Coruña y Guipuzcoa	Janet Rocanova
Queso tesirva	Platos vegetarianos y cárnicos	2 años	La Colón	Av. 6 de Diciembre y Av. Colón	David Cadena
Café La Cleta	Varios	5 años	La Floresta	Lugo y Guipuzcoa	Cristian Medrano
Panadería y Pastelería de San Juan	Quesadillas	76 años	La Basílica	Deifilio Torre N13-149 y José Riofrío	Manuela Cobo y
Heladería San Agustín	Helados de Paila	153 años	San Agustín	Guayaquil N5-59, entre Mejía y Chile	Yolanda Álvarez Andino
Las Colaciones de la Cruz Verde	Colaciones	96 años	San Francisco	Bolívar Oe8-117 y Chimborazo	Luis Marcelo Banda
Cafetería Snack Bar	Chocolate y pan ambateño	30 años	Santo Domingo	Sucre Oe2-22 y Flores	Leonor Piedad López Calero
Los Morocho de Doña Ligia	Morocho con empanadas	60 años	Las Cinco Esquinas	Av. Juan de Alcázar y Pedro Cepero Esquina	Familia Ortiz Valenzuela

## 2.8 Selección de los principales espacios y actividades

La valoración y selección de los murales de la Administración Eloy Alfaro, murales de Chiriyacu, en la administración Eugenio Espejo, murales de San Diego se realizó en base a una iniciativa tomada por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito “Flujos Urbanos, la cual propone realizar una ruta visual con murales de mediano y gran formato, dentro del espacio público del Distrito Metropolitano de Quito, ya que estos murales poseen una alta calidad en su realización, fueron creados por reconocidos colectivos artísticos de la ciudad de Quito, y ya que son murales nuevos, es decir han sido realizados entre el 2013 y el 2014, se encuentran en muy buen estado de conservación.

A los murales existente en el CAC se los seleccionó y valoró debido a que se encuentran dentro de los atractivos que recorre la ruta turística y además porque han sido realizados por diferentes representantes de la cultura graffitera de Quito, nacional y extranjera, a través de diferentes iniciativas artísticas.

**Tabla 6: Selección Murales.**

<b>Administración</b>	<b>Nombre</b>	<b>Barrio/Sector</b>	<b>Dirección</b>
Eloy Alfaro	Mural de Chiriyacu	Antiguo Terminal Terrestre	Calvas
Eloy Alfaro	Mural de Chiriyacu	Chimbacalle	Av. Napo y 1ª de Mayo
Eugenio Espejo	Mural de San Diego	San Diego	Av. Mariscal Sucre y Mariana de Jesús
Eugenio Espejo	Mural del CAC	Basílica	Montevideo y Luis Dávila
Belisario Quevedo	Mural Floresta	Floresta	Guipúzcoa y Coruña.

La selección de las tiendas de arte se realizó de acuerdo a la variedad de productos artísticos que ofrecen, todas estas ofrecen productos ecuatorianos, fabricados por artistas ecuatorianos, que presentan una amplia gama de posibilidades que van desde accesorios, ropa para niños y adultos, agendas, juguetes, adornos de alta calidad y variada técnica, cuadros realizados en varias técnicas. La mayoría de las tiendas se encuentran ubicadas en el sector de la floresta, no fue necesariamente una casualidad, ya que también existen tiendas agrupadas en el sector de la Ronda, pero muchos de sus productos se encuentran en estos dos sectores y La Ronda tiene gran afluencia de turismo nacional e internacional, por ello es importante brindar más atención a este sector.

**Tabla 7: Selección tiendas de arte.**

<b>Nombre</b>	<b>Barrio/Sector</b>	<b>Dirección</b>
La Caprichosa	La Floresta	Guipúzcoa y Sevilla
Fui Reciclaje	La Floresta	Guipúzcoa y Coruña
Chucherías	La Floresta	Francisco Larrea
Capital Lab	La Floresta	Av. Coruña y Av.12 de Octubre
La Tienda del CAC	Centro de Arte Contemporáneo	Montevideo y Luis Dávila

La selección final de los restaurantes se la realizó tomando en cuenta su ubicación en relación a los demás atractivos de la ruta turística (tiendas de arte y murales) y a la exclusividad, la calidad de sus platos y lo novedoso de sus servicios. Estos restaurantes ofrecen platos y dulces típicos de muy buen gusto, propios de la ciudad de Quito, entre los que están: helados de paila y colaciones, morocho de dulce y variedad de empanadas típicas, chinchulines, se escogió a demás al Café Spiral y la Cleta bici café, los cuales ofrecen platos internacionales y vegetarianos y además cuentan con la opción de diferentes programaciones cada día de la semana, como club de lectura, poesía, arte, charlas, videos, música en vivo.

Los restaurantes típicos quiteños tienen una trayectoria de más de 30 años, llegando incluso a los 153 años, como es el caso de la heladería de San Agustín. Todos poseen entre sus servicios un buen ambiente y espacio para disfrutar de sus comidas, excelente atención, baterías sanitarias en buen estado, cuentan con zona de parqueadero público.

Queso te sirva es un café que tiene como temática al graffiti, todas sus paredes están pintadas por reconocidos artistas quiteños y extranjeros también, frecuentemente organizan exposiciones y talleres. Su restaurante funciona a partir de las 12 y presenta una variedad de platos, vegetarianos y cárnicos. Este café es visitado frecuentemente por artistas, entonces constituye un punto de encuentro, de información y conversaciones interesantes para los turistas interesados con esta temática.

**Tabla 8: Selección restaurantes.**

<b>NOMBRE</b>	<b>PLATO ESTRELLA</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>BARRIO</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>PROPIETARIA</b>
Café Espiral	Plato saludable (Universidad de Harvard)	1 año	La Floresta	Mallorca N24-266	Janet Rocanova
Café La Cleta Bicicleta	Varios	5 años	La Floresta	Lugo N24-250 y Guipuzcoa	Cristian Medrano
Queso tesirva	Platos vegetarianos y cárnicos	2 años	La Colón	Av. 6 de Diciembre y Av. Colón	David Cadena
Cafetería Snack Bar	Pan y chocolate de Ambato	30 años	Santo Domingo	Sucre Oe2-22 y Flores	Leonor Piedad López Calero
Panadería y Pastelería de San Juan	Quesadillas	153 años	La Basílica	Deifilio Torre y José Riofrío	Manuela Cobo

### **2.8.1 Los Perros Callejeros.**

Dentro de las iniciativas de teatro callejero se ha seleccionado al grupo de Teatro: Los Perros Callejeros, este grupo nace en 1990, de la iniciativa de varios jóvenes que estudiaron diversas expresiones artísticas, esta diversidad brinda a este grupo una riqueza artística al mezclar, fusionar e imbricar el teatro, la música, la literatura, la pintura, el baile, la acrobacia, en una misma expresión, en pos del espectáculo integral. Usan elementos esenciales de la fiesta, el rito, la memoria popular y la interactividad con el público. Tienen 20 años de experiencia en eventos como: festivales nacionales e internacionales, actos de entretenimiento masivo y fiestas populares en todo el Ecuador.

A demás Los Perros Callejeros dan la oportunidad para elegir entre cuatro repertorios muy bien establecidos y estructurados que son: El Casorio, La Bailada, La Comedia Criolla y la Comparsa, brindan la opción de escoger cualquier localidad y también la opción de armar una presentación sobre la Plaza del Teatro como es habitual para este grupo.

Dentro de los grupos de teatro callejero de Quito, Los perros Callejeros han sido quienes tienen la mejor organización, trayectoria, publicidad, y rápida respuesta a los requerimientos solicitados para los estudios de esta disertación.

## **2.9 Valoración turística de los atractivos**

A continuación se va a realizar una breve descripción de todos los atractivos turísticos evaluados en las fichas técnicas de acuerdo a la Metodología Pando, las fichas mencionadas se encuentran ubicadas en la sección anexos.

Los atractivos turísticos de categoría murales, fueron seleccionados tomando en cuenta los murales evaluados a partir de la iniciativa municipal Flujos urbanos, en donde el Municipio seleccionó aproximadamente 80 murales alrededor del Distrito Metropolitano de Quito para ser intervenidos por los artistas urbanos, de esta iniciativa se han elegido finalmente tres murales, en razón de su calidad, de su tamaño, de su accesibilidad y su ubicación en relación a los demás atractivos seleccionados. También se ha seleccionado al grupo de murales ubicado dentro y a los alrededores del Centro de Arte Contemporáneo, una de las razones es porque se encuentran dentro de la ruta turística, otra razón es porque han participado artistas quiteños, nacionales y extranjeros y por últimos son murales de alta calidad y tamaño. Los primeros murales están ubicados dentro y en los alrededores del Centro de Arte Contemporáneo, el segundo está ubicado en el barrio de San Diego, después del túnel de San Roque, dirección Norte Sur, el tercero y cuarto mural están ubicados en el sur de Quito en el sector de Chiriyacu, en los alrededores del mercado de Chiriyacu.

Los restaurantes fueron elegidos por su accesibilidad y ubicación con respecto a los demás atractivos y por la singularidad de sus platos. En algunos de ellos se utilizó como guía gastronómica al Auténtico libro de las Huecas de Quito, realizado por Manuel Kingman, en este libro se rescata la importancia cultural y gastronómica de los restaurantes más antiguos y de los platos tradicionales de Quito. Estos restaurantes están ubicados en dirección Norte Sur, tres de ellos en el barrio la Floresta, dos de ellos en los alrededores del Centro de Arte Contemporáneo y el sector de la Basílica, y por último una cafetería tradicional de Quito en el sector de la Plaza de Santo Domingo.

Las tiendas de arte fueron seleccionadas en función de su ubicación, accesibilidad y de la calidad de los productos artísticos que ofrecen. Se encuentran ubicadas en dirección Norte Sur, tres en el barrio de la Floresta, con la opción de visitar dos tiendas más que realizan productos un poco más específicos, y la cuarta tienda de arte seleccionada está ubicada en el Centro de Arte Contemporáneo, la tienda del CAC. En todas estas tiendas de arte se cuenta con productos artísticos muy variados, y de varios artistas ecuatorianos: se puede

encontrar el libro de graffiti del Ecuador, cuadros realizados en varias técnicas, esculturas, grabados, diseño de accesorios, bolsos, diseño de ropa, agendas, juguetes, postales, lámparas, cojines, etc.

Por último está el grupo de teatro Los Perros Callejeros, como se mencionó anteriormente es un grupo con 20 años de trayectoria, ellos trabajan en sus funciones teatrales con la diversidad de los ritmos de la música tradicional ecuatoriana, con la cultura popular a través de los personajes típicos de la fiesta, y el mimo. Han participado en festivales nacionales e internacionales, actos de entretenimiento masivo y fiestas populares en todo el Ecuador.

### **3. CAPÍTULO III: DISEÑO DE LA RUTA TURISTICA**

#### **3.1 Emplazamiento de la Ruta**

La ruta turística de arte urbano tendrá su desplazamiento dentro de la ciudad de Quito lo que la categoriza como una Ruta Urbana. El punto de encuentro y el punto de despedida serán en la Plaza de Santo Domingo, por ello es una ruta de tipo circuito.

##### **3.1.1 Zonificación**

Los atractivos seleccionados para el diseño de la ruta turística están localizados en los sectores Norte, Centro y Sur de la ciudad de Quito. A continuación se zonifica el área de influencia en sentido norte-sur, ubicando a los atractivos en las siguientes Parroquias:

- Belisario Quevedo en el Barrio la Floresta, se encuentran tres tiendas de arte: Chucherías Arte Objeto, La Caprichosa y Fui Reciclado, tres restaurantes: Café la Cleta, Restaurante vegetariano A donde Govinda y el Café Espiral.
- Centro Histórico en el sector de la Iglesia Basílica, se encuentra la el Centro de Arte Contemporáneo con exposiciones todo el año, la Tienda del Centro de Arte Contemporáneo, frente al CAC está la Panadería y Pastelería de San Juan y cerca de la Basílica el Restaurante la Hueca. Entre los murales están el Mural de San Blas, el Mural de San Diego y el Mural de Cumandá.
- Por último en el Sur se encuentran dos murales ubicados en las afueras del Mercado de Chiriyacu.

##### **3.1.2 Tipos de recorrido**

La ruta turística de arte urbano y artes alternativas propone un “recorrido de tipo circuito” (SECTUR,. 2004: 40), es un recorrido donde la ruta turística inicia en un punto A y concluye en el mismo punto. Tiene la duración de un día, empieza en la mañana y finaliza formalmente con una función de teatro, para luego retornar al punto de encuentro.

##### **3.1.3 Recorrido de la ruta**

El recorrido de la ruta tipo circuito, será guiado, es decir que los participantes durante todo el recorrido estarán acompañados por un intérprete o guía, y se lo realizará en un transporte privado, puede ser en una furgoneta o un bus pequeño, esto dependerán de la cantidad de personas que estén participando del recorrido turístico. Una parte del recorrido se la

realizará a pie, esto será en el sector de La Floresta, ya que las tiendas de arte, restaurantes e incluso un mural, se encuentran muy cercanos el uno del otro. En este sector las personas participantes del recorrido pueden hacer las compras, actividades de esparcimiento y salir a cenar.

El recorrido de la ruta será de tipo interpretativa, por lo que, se la realizará en compañía de un guía o más, dependiendo del número de participantes, pero se espera, por el tema de transporte y manejo del grupo que en cada recorrido “participen como máximo 15 personas monitoreadas por un solo guía” (SECTUR. 2004: 40).

## **3.2 Procesos de manejo**

### **3.2.1 Principios didácticos y metodológicos**

Estos principios y metodologías serán referentes y pautas de acción, “útiles para mejorar y para asegurar que la guianza y el recorrido de la ruta turística sean eficientes y cumplan con los objetivos del recorrido”. A continuación se detallarán las cualidades de cada principio y metodología y cómo se aplicarán en la elaboración de la ruta turística

(SECTUR. 2004: 14).

Entre los principios didácticos que se emplearán para el recorrido de la ruta está el **principio de adecuación**, donde se adecuará el orden de visita de los atractivos turísticos de acuerdo a los intereses y objetivos de la ruta y del turista. Se iniciará con el encuentro y desayuno en el Centro Histórico, para después comenzar el recorrido visitando los murales. Se realizará una parada para tomar un refrigerio en la Panadería y Pastelería de San Juan, mientras se visita una de las exposiciones del Centro de Arte Contemporáneo, después se realizará un recorrido por los alrededores del Centro de Arte para observar los murales que allí se pintaron, terminando con la vista en la tienda de Arte del CAC. Posteriormente y a elección de los turistas se recomendará almorzar en el Restaurante la Hueca, con su plato especial Caldo de 31, el cual constituye un plato típico ecuatoriano; de lo contrario se aproximarán al barrio de la Floresta para almorzar allí, donde ya se tienen previstos restaurantes de cocina internacional y vegetariana. Después y como parte del receso se realizará el recorrido a pie en el barrio la Floresta, donde se visitará las tiendas de arte, y donde los turistas y participantes pueden hacer sus compras. Para el final del día se propone participar de la función de teatro de los Perros callejeros, en la Plaza del Teatro. Por último se terminará el recorrido en la Plaza de Santo Domingo.

Por el **Principio de intuición** y de acuerdo a los objetivos de la ruta turística, en este caso si se busca enfatizar sobre el conocimiento, respeto y valoración de los atractivos culturales que tiene Quito, cuando se visiten los murales, se hablará sobre los artistas y el proceso que ha tenido el artista para pintar el mural, también se visitarán lugares en donde se pueda adquirir información sobre el graffiti en Ecuador, como es el caso de la tienda del CAC, dos de las cafeterías tienen vinculación con el arte urbano y con los artistas involucrados. Por otro lado las tiendas de arte son atendidas por artistas y por gente que conoce muy bien a cerca del trabajo y de los materiales utilizados en la elaboración de los productos artísticos, tiene información acerca de los talleres en donde trabajan los artistas, lo que complementaría a la guianza y fomenta la valoración hacia los artistas, las actividades que realizan y los productos que venden.

De acuerdo al **principio de variabilidad** la ruta turística propone varias alternativas de atractivos turísticos, están los murales por un lado, restaurantes con comida típica quiteña, internacional y vegetariana, tiendas de arte, y una presentación de teatro, lo cual evidencia una gama de posibilidades que alejan de la monotonía al turista.

Por el **principio de placer**, los atractivos que se visitarán son de alta calidad y variabilidad en los productos, el guía responderá a las inquietudes de los visitantes, tratando al máximo que la gente se sienta cómoda y sin dudas, esto provocará que el ambiente del grupo sea tranquilo y de camaradería. La visita a los atractivos estará acompañada de un refrigerio; y cuando sean las horas para realizar las comidas más importantes serán en restaurantes con buen servicio y alta calidad en sus alimentos, por lo que serán agradables para los participantes, el almuerzo y la cena estarán acompañadas de un oportuno descanso en donde se podrá conversar sobre la experiencia del día y relacionarse entre los participantes de la ruta turística de arte urbano.

Para el **principio de toma de consciencia**, se enfatizará sobre el tema del Arte Urbano, al hablar de su historia en la ciudad y de los grupos y artistas involucrados en esta actividad artística, haciendo énfasis en el teatro y en el graffiti. Al visitar las tiendas de arte se hablará sobre los productos artísticos y sus creadores, enfatizando en que son productos únicos porque nacen del ingenio de sus artistas y diseñadores, que en su mayoría son trabajados a través del reciclaje y la reutilización de la materia prima y elaborados a mano, lo cual demuestra un trabajo de bastante compromiso y entrega en comparación a los

productos realizados en serie y sin ingenio, y que por ello existe también una diferenciación en los costes de los productos.

Bajo el **principio de continuidad** en el recorrido de la ruta se evitaran cortes o retrasos por eventualidades que estén al alcance del guía, al evitar rutas u horas en las que hay mucho tráfico o manifestaciones, y también al establecer con claridad los horarios para descanso y de comidas, teniendo una cita previa en todos los lugares que se vayan a visitar, con el fin de no perder el hilo del proceso de guianza. En el caso de que surjan imprevistos como manifestaciones o accidentes de tránsito se pensará en rutas alternas para evadir a estas posibles eventualidades.

En el **principio de enseñanza activa** el guía en el momento de transferir sus conocimientos sobre los atractivos de la ruta a los turistas, creará un ambiente de participación activa con ellos, evitando monólogos que puedan causar aburrimiento entre los participantes, sino que al contrario propiciará una comunicación activa, a través de preguntas y respuestas con juegos y también de ser el caso con bromas y camaradería, lo que envolverá a los turistas en la temática de la guianza y en el recorrido de la ruta.

### **3.2.2 Logística y operación**

En este punto se van a identificar a las personas y herramientas necesarias para llegar a una operación satisfactoria de la ruta turística, en el siguiente párrafo hay una explicación un tanto más técnica de cómo y en qué momentos se aplicarán estos elementos. Pero se adelantará con una breve identificación de estos, en este resumen:

Se identificará el transporte, de acuerdo al número de participantes, se prevé contratar un chofer y una furgoneta, si hay una cantidad numerosa de pasajeros más de 10 se contratará otra furgoneta, ya se tiene claro el contacto para el alquiler de las mismas.

Se conocerá al guía o intérprete, e incluso se hará un recorrido de prueba para reconocer las fortalezas y debilidades que la guía o el guía posean, se analizará su desenvolvimiento y conocimiento acerca de la temática de la ruta turística y sus respectivos atractivos; la persona que será contratada debe tener la capacidad de resolver los problemas que se presenten en el camino y no se hayan previsto antes, como que un pasajero se enferme, o que haya un trancón, también debe ser una persona que mantenga a la gente interesada en la temática que se irá desarrollando en el transcurso de la ruta. “Se debe tomar en cuenta

que el guía es muy importante para que la ruta turística sea exitosa y los turistas la disfruten, por ello esta persona tiene que ser alguien muy calificado” (SECTUR. 2004: 64).

Sobre el refrigerio, aunque ya se han previsto paradas para el lunch y los respectivos refrigerios, se tendrá provisión de agua y se recomendará a los turistas que cada uno lleve su propia botella para ir rellenándola en el transcurso del día, también habrá frutas y galletas de acuerdo al número de participantes.

No está de más reiterar que se tendrá una perfecta comunicación entre el chofer, la guía y la persona que se encargará de la logística en el transcurso de la ruta, por si surge alguna necesidad, por otro lado la comunicación se ampliará hacia la gente encargada de recibir a los participantes de la ruta en los puntos previstos para visitar como las tiendas de arte, restaurantes, para que ellos esperen a los turistas con predisposición y tiempo para atenderlos (esto se lo reitera en el diseño de la ruta turística).

#### **3.2.2.1 Principios metodológicos**

De acuerdo al “**principio de incremento progresivo de la carga**” (SECTUR. 2004: 18), y haciendo hincapié en la paulatinidad con la que se debe llevar el progreso de la ruta, lo que quiere decir que no se debe cargar a la ruta turística desde el inicio con toda la información y con todos los atractivos más interesantes, es por ello que en la transcurso de la ruta y dependiendo de los atractivos que se vayan visitando el guía o interprete hablará sobre los temas concernientes a cada atractivo, evitando saturar con toda la información que se va a brindar en el recorrido de la ruta turística en un momento de emoción , lo que se busca es un proceso ascendente en la ruta, y que en su continuidad se vuelva cada vez más interesante.

El “**principio de relación óptima entre carga y recuperación**” (SECTUR.2004: 19) hace referencia a que el recorrido de la ruta turística no sea muy cargado en el tiempo previsto para cada una de las visitas y en la información que se brindará al turista, por lo que la información va a ser concreta y entretenida , para que los turistas puedan captar todo el conocimiento y no terminen muy cansados en los últimos puntos del recorrido.

De acuerdo al “**principio de adaptación a la edad e individualidad del turista**” (SECTUR. 2004: 19 ) lo que se buscará es tener muy claro el conocimiento acerca del perfil del turista que va a realizar la ruta, ya sea por su edad o por sus preferencias individuales, de acuerdo a las preferencias y conveniencias del turista se adaptará el

recorrido de la ruta, como ejemplo pueden haber personas mayores que realmente terminen muy cansados del recorrido y en el punto que se supone una caminata por el barrio de la Floresta ellos prefieran realizarla en el medio de transporte convenido, lo cual será factible en estas circunstancias.

### **3.2.2.2 Diseño de la ruta turística**

Como punto de partida para poder ejecutar y vender a la ruta turística primeramente “se necesitan tramitar los respectivos permisos municipales” (SECTUR. 2004: 28).

El recorrido de la ruta turística “será guiado, es decir que el recorrido de la ruta será conducido por un guía monitor” (SECTUR. 2004: 40), y se seguirá una ruta establecida. En la que su planeación sobre algunos aspectos como es en el caso de la caminata por el barrio la Floresta, su realización dependerá directamente de “las características del público, como la edad, el estado físico” (SECTUR. 2004: 40), así como también influirá la disponibilidad de tiempo en la que se encuentre la operación de la ruta, si es que hubo algún imprevisto y se sabe que la ruta no alcanzará al lugar acordado, se preferirá evitar al caminata.

“En el siguiente punto se debe tener una buena comunicación con los representantes de los atractivos que se visitarán, para que, en los horarios en que se los visite se pueda contar con su completa atención y servicio” (SECTUR. 2004: 41). La persona que se va a encargar de la guianza debe conocer muy bien su guión y cada uno de los atractivos que se visitarán; de igual manera previamente debe estar contratado el sistema de transporte, así como al chofer que se encargará de realizar el recorrido. Debe haber una completa seguridad en el momento de recoger a los participantes de la ruta turística, el punto de encuentro debe ser de fácil llegada y con todas las seguridades.

“La ruta turística puede ser realizada en cualquier época del año” (SECTUR. 2004: 41), tomando en cuenta que para su ejecución los turistas deben estar preparados para cualquier inconveniente, por ejemplo la ciudad de Quito se caracteriza por tener un clima templado, y también por tener lluvias y fuertes soles inesperados, para eso se recomendará a los turistas que lleven consigo impermeable o paraguas, zapatos adecuados si hubiesen lluvias, también gorros y protector solar en caso de tener la presencia de un fuerte sol. Esta información constará en el folleto informativo sobre el recorrido de la ruta que se les dará previamente a los participantes de la ruta.

Como se dijo anteriormente se espera que por recorrido haya un máximo de 20 turistas, una razón es la facilidad en la logística, otra en la guianza para la que se requerirá de dos guías, en el transporte se empleará dos busetas como servicio de transporte privado. Por otro lado está la capacidad de carga que tienen los atractivos, específicamente el caso de las tiendas de arte las cuales tienen capacidad de carga de 10 a 20 personas como máximo, por lo que el grupo no debe superar estos límites, en el caso de los restaurantes la capacidad de carga supera un poco a las 20 personas pero es mejor mantener este número de participantes ya que de esta manera el grupo será mejor controlado.

### **3.2.3 Perfil del guía o intérprete.**

El guía o intérprete deberá ser una persona altamente calificada, con buenas técnicas de comunicación, con dotes y talentos comunicativos, así como don para tratar a la gente.

La labor de intérprete abarca varios puntos desde lo humano hasta lo técnico, “el ingenio, la improvisación y la creatividad es algo único en cada guía (SECTUR. 2004: 64)”. También el guía deberá saber el idioma inglés, y debe tener profundos conocimientos acerca de la historia de Quito y de los atractivos involucrados en la ruta turística, sus estudios deberán estar muy actualizados y profundizados con el fin de poder responder satisfactoriamente a cualquier pregunta que surgiere en el recorrido de la ruta por parte de los participantes. Dependiendo de las necesidades que tengan los participantes y de ser necesario se contratará un asistente, o un traductor, poniendo como ejemplo que los participantes sean de nacionalidad china y no sepan inglés, se necesitará de un traductor mandarín, etc. Preferentemente el guía será una persona, joven que esté entre las edades de 25 a 30 años, debido a la exigencia física que tendrá el recorrido de la ruta, ya que será una actividad que durará todo el día, en donde habrá cortas caminatas, y donde se necesitará de energía, creatividad y entusiasmo. Por otro lado el número de guías dependerá directamente del número de personas, cada 10 personas 1 guía. La guianza puede ser realizada por una mujer o por un hombre, esto dependerá tan solo de sus características y habilidades como intérprete.

### **3.2.4 Perfil potencial del visitante.**

Las características del potencial visitante se han seleccionado de acuerdo a un análisis realizado con los participantes del Quito Tour Bus, a través de una entrevista realizada a la

Ingeniera Diana Carrasco, Gerente General del Quito Tour Bus, quien está al tanto del perfil de los visitantes y de las preferencias que estos tienen.

- El género de los visitantes potenciales será femenino y masculino.
- Las edades que se esperan estén entre los 25 años y los 50 años de edad aproximadamente.
- El perfil profesional y el perfil de intereses que se esperan de los participantes es de profesionales en las ramas de ciencias humanas y biológicas, esto se debe a que el tema que se aborda en esta ruta turística es de cultura por el lado de las Ciencias Humanas y existe el apoyo hacia alternativas de reutilización y reciclaje en la elaboración de los productos, con la visita de tiendas de arte, esto en relación a los profesionales e interesados en las ramas de Ciencias Biológicas y Naturalistas.
- La nacionalidad del potencial visitante: para promocionar esta ruta se apuntará hacia el mercado internacional, países latinos y países que no sean latinos, el porqué de este segmento es que el valor de la ruta turística es alto para el mercado interno, pero resulta bastante interesante para un extranjero que quiera tener una introducción en la cultura alternativa y emergente de la ciudad de Quito. De acuerdo a las nacionalidades de los turistas se esperan que vengan en grupos conformados de la siguiente manera:
  1. Los turistas europeos, países asiáticos y estadounidenses por lo general viajan solos, o en pequeños grupos de 2 o 3 personas (D. Carrasco, com. pers, 11-4-2014).
  2. Los turistas latinos viajan preferentemente en familias y/o en grupos grandes de amigos (Carrasco, com. pers, 11- 4- 2014).

Para el público nacional se podrían armar en un futuro otro tipo de recorridos en el que de igual manera la temática sea el arte urbano, específicamente hacia escuelas, colegios, universidades, ya que los estudiantes son personas que aún no tienen una visión cerrada acerca del graffiti y el arte urbano en general, por esto ellos serían quienes en realidad disfruten de una ruta turística de estas características y también serían quienes compartan esta información entre sus familiares y amigos.

- Se esperan potenciales participantes que tengan ingresos económicos fijos, con capacidad de ahorro y de poder tener vacaciones anuales.

### **3.3 Guión de las rutas: descripción de las rutas**

#### **3.1.1. Descripción de la Ruta turística.**

El inventario de los atractivos y los tiempos han sido diseñados para la elaboración de una sola ruta turística, la cual será diseñada de la siguiente manera.

El primer punto de encuentro con los turistas será a las 08:00 de la mañana en el Centro Histórico, en el sector de la Plaza de Santo Domingo, donde se visitará el primer atractivo turístico la Cafetería Snack Bar ubicada en la Plaza de Santo Domingo, los dueños de esta cafetería son ambateños por lo que ofrece entre sus comidas más atractivas, al chocolate de Ambato, al pan de Ambato, y variedad de sánduches y bebidas, varias de ellas típicas del Ecuador. Se prevé desayunar hasta las 09:00 de la mañana. A continuación se abordará la buseta, y se empezará el recorrido hacia los murales, primero se visitará el mural de Chiriyacu, ubicado al Sur de la ciudad, en las afueras del mercado de Chiriyacu, se espera llegar a las 09:45 de la mañana hasta las 10:15 en donde se explicará sobre los artistas involucrados en la pintura del mural y la razón por la que se realizó. Se seguirá con el mural de San Diego ubicado al inicio del túnel de San Roque en dirección Sur Norte, desde las 10:45 hasta las 11:15, seguido de la visita a la Panadería y Pastelería de San Juan, a las 11:30 en donde los participantes de la ruta tendrán un refrigerio, pasarán luego al Centro de Arte Contemporáneo, en donde se realizará un recorrido a la exposición hasta las 12:30, para luego recorrer los murales que están ubicados en las afueras del CAC hasta la 13:00, después se visitará la tienda del CAC hasta las 13:30.

La siguiente actividad será la del almuerzo, en donde existe la opción de comer en el restaurante el Huequito, este lugar tiene platos tradicionales ecuatorianos y está ubicado bajo la iglesia de la Basílica, también existen las opciones de ir hacia el sector de la Floresta en donde hay las opciones de almorzar en el Café Spiral que tiene variedad de platos internacionales, y en el restaurante A donde Govinda con cocina nacional vegetariana esto se realizará alrededor de las 14:00 a 15:00 aproximadamente, aquí los turistas pueden descansar un rato. Desde la 15:30 empezará la caminata por el barrio de la Floresta, donde se visitarán tres tiendas de arte: primero la tienda Fui reciclado, en donde se realizan productos reciclados y existe la opción de realizar una visita guiada para observar la manufacturación los productos, este recorrido durará alrededor de 45 minutos, a las 16:15 se visitará la tienda de arte Chucherías se espera que el recorrido dure 30 minutos, para luego dirigirnos hacia la tienda de arte La Caprichosa, a las 16:45 donde se

espera la duración de 30 minutos, después los turistas se dirigirán hacia el Café la Cleta las 17:30, donde podrán tomar bebidas y después cenar. Como último punto del recorrido oficial está la visita a la Plaza del Teatro a la 20:00 donde habrá la presentación del grupo de teatro Los Perros Callejeros hasta aproximadamente las 20:45. Seguido se volverá al punto de encuentro en la plaza de Santo Domingo donde se finalizará el recorrido.

A continuación se presenta una tabla que resume el itinerario de actividades:

**Tabla 9: Itinerario de actividades.**

Lugar	Sector	Actividad	Hora llegada	Hora salida
Plaza Santo Domingo	Santo Domingo	Encuentro	08:00	09:00
Snack Bar Cafetería	Santo Domingo	Desayuno	08:15	09:00
Mural de Chiriyacu	Chiriyacu	Visita y recorrido	09:45	10:15
Mural de San Diego	San Diego	Visita y recorrido	10:45	11:15
Panadería Pastelería San Juan	Basílica	Refrigerio	11:30	12:00
Centro Arte Contemporáneo	Basílica	Recorrido exposición	12:00	12:30
Mural de CAC	Basílica	Visita y recorrido	12:30	13:00
Tienda del CAC	Basílica	Visita y recorrido	13:00	13:30
Café Spiral, A donde Govinda	Floresta	Almuerzo	14:00	15:30
Fui Reciclado Tienda de Arte	Floresta	Visita y recorrido	15:30	16:15
Chucherías	Floresta	Visita y recorrido	16:15	16:45
La Caprichosa	Floresta	Visita y recorrido	16:45	17:15
Café La Cleta	Floresta	Cena	17:15	19:00
Grupo Perros Callejeros	Plaza del Teatro	Obra de teatro	20:00	20:45

### 3.3.1 Guion de la ruta turística:

#### 3.3.1.1 Título: Ruta urbana: Arte y cultura visual en Quito.

#### 3.3.1.2 Audiencia:

- El género de los visitantes potenciales será femenino y masculino.
- Las edades que se esperan estén entre los 25 años y los 50 años de edad aproximadamente.

- El perfil profesional y el perfil de intereses que se esperan de los participantes es de profesionales en las ramas de ciencias humanas y biológicas, esto se debe a que el tema que se aborda en esta ruta turística es de cultura por el lado de las Ciencias Humanas y existe el apoyo hacia alternativas de reutilización y reciclaje en la elaboración de los productos, con la visita de tiendas de arte, esto en relación a los profesionales e interesados en las ramas de Ciencias Biológicas y Naturalistas.
- La nacionalidad del potencial visitante: para promocionar esta ruta se apuntará hacia el mercado internacional, países latinos y países que no sean latinos, el porqué de este segmento es que el valor de la ruta turística es alto para el mercado interno, pero resulta bastante interesante para un extranjero que quiera tener una introducción en la cultura alternativa y emergente de la ciudad de Quito. De acuerdo a las nacionalidades de los turistas se esperan que vengan en grupos conformados de la siguiente manera:

Turistas europeos, países asiáticos y estadounidenses por lo general viajan solos, o en pequeños grupos de 2 o 3 personas (Carrasco, D. Gerente General Quito Tour Bus, com pers, 2014).

Turistas latinos viajan preferentemente en familias y/o en grupos grandes de amigos (Carrasco, D, Gerente General Quito Tour Bus, com pers, 2014).

- Participantes que tengan ingresos económicos fijos, con capacidad de ahorro y de poder tener vacaciones anuales.

### **3.3.1.3 Objetivos.**

- Visitar diversidad de atractivos relacionados al arte urbano en la ciudad de Quito.
- Promover el respeto hacia el arte urbano y las artes alternativas a través del recorrido de la ruta y de la información que se brinde en ella.

### **3.3.1.4 Atractivos que se visitarán**

- Plaza de Santo Domingo.
- Cafetería Snack Bar.
- Murales en el mercado de Chiriyacu.
- Mural de San Diego.

- Panadería y pastelería de San Juan.
- Centro de Arte Contemporáneo (CAC).
- Murales de CAC.
- Tienda del CAC.
- Almuerzo en el barrio la Floresta.
- Tienda de arte Fui Reciclado.
- Tienda de arte La Caprichosa.
- Tienda de arte Chucherías arte objeto.
- .Cena en el café la Cleta.
- Función de teatro de Los Perros Callejeros.

### **3.3.1.5 Mapa de la ruta**

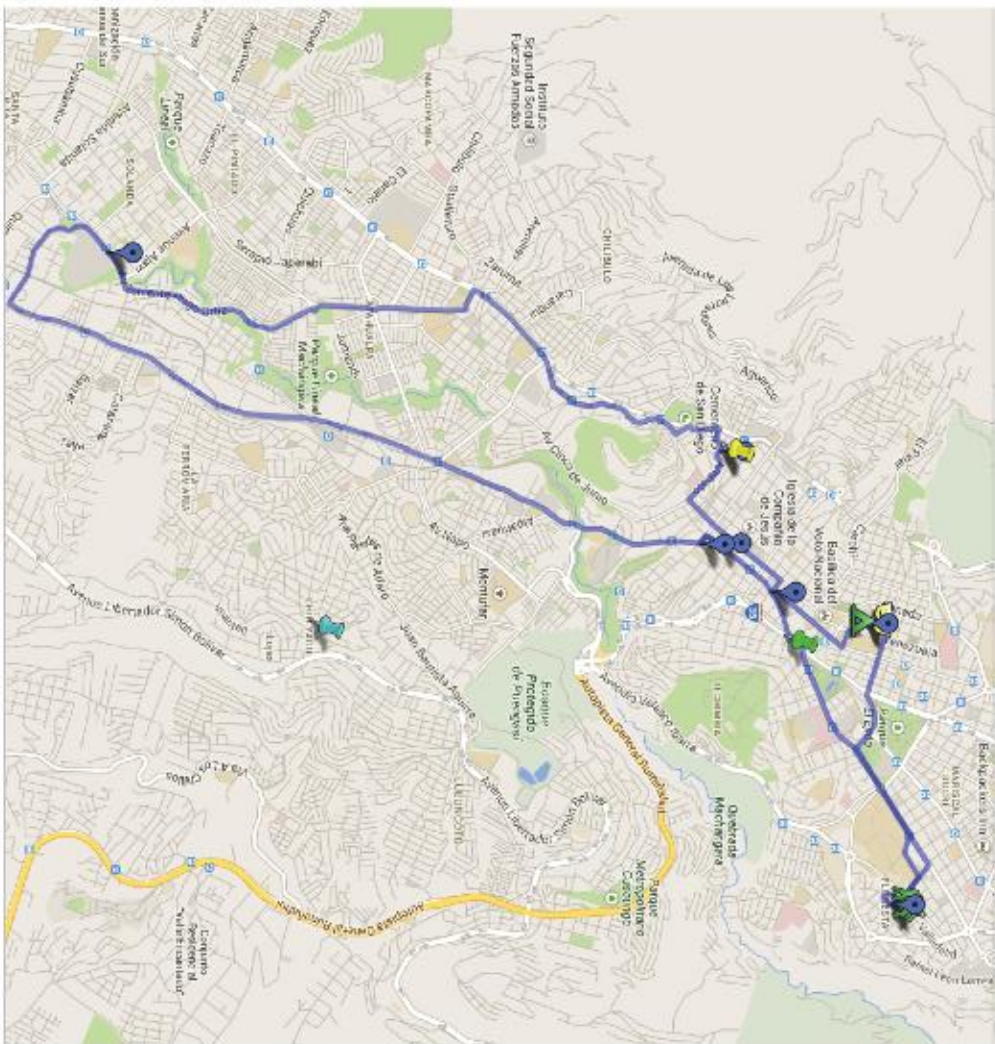
A continuación se muestra el mapa del recorrido de la ruta turística de arte urbano.

**Ilustración 1: Mapa de la Ruta Turística.**

## Ruta urbana de arte y cultura visual en la ciudad de Quito.

En esta mapa se muestran los puntos sobre los cuales se encuentran los atractivos turísticos que componen a la ruta urbana de arte y cultura visual en la ciudad de Quito.

-  **La Foresta**  
Quito
-  **Centro de Arte Contemporáneo de Quito**
-  **Plaza del Teatro**
-  **San Diego**  
Quito
-  **Chiryasu**  
Quito
-  **Plaza de San Blas**
-  **De: plaza de iglesia de Santo Domingo, Av. Pedro Vicente Maldonado, Quito, Pichincha**
-  **Indicaciones de ruta en coche para mercado de Chiryasu, Quito, Pichincha**  
7,9 km, 12 minutos aproximadamente
-  **Para: mercado de Chiryasu, Quito, Pichincha**  
6,8 km, 10 minutos aproximadamente
-  **Indicaciones de ruta en coche para San Diego, Quito**  
Para: San Diego, Quito
-  **Indicaciones de ruta en coche para Centro de Arte Contemporáneo de Quito, Montevideo y Luis Dávila, Montevideo, Quito**  
2,9 km, 7 minutos aproximadamente
-  **Para: Centro de Arte Contemporáneo de Quito, Montevideo y Luis Dávila, Montevideo, Quito**  
3,4 km, 9 minutos aproximadamente
-  **Indicaciones de ruta en coche para La Foresta, Quito, Pichincha**  
Para: La Foresta, Quito, Pichincha
-  **Indicaciones de ruta en coche para Teatro Sucre, Guayaquil, Quito, Pichincha**  
3,3 km, 8 minutos aproximadamente
-  **Para: Teatro Sucre, Guayaquil, Quito, Pichincha**
-  **Indicaciones de ruta en coche para Iglesia de Santo Domingo, Av. Pedro Vicente Maldonado, Quito, Pichincha**  
850 m, 3 minutos aproximadamente
-  **Para: Iglesia de Santo Domingo, Av. Pedro Vicente Maldonado, Quito, Pichincha**



### **3.3.1.6 Encuentro con los turistas en la Plaza de Santo Domingo**

Buenos días con todos, soy Andrea Cornejo la guía que va a acompañarles y dirigirles en esta ruta turística de carácter artístico urbano, el recorrido de esta se va a extender todo el día, durará aproximadamente desde las 8 de la mañana hasta las 8 de la noche, en donde se visitarán los sectores Sur, Centro, sur y Norte la ciudad de Quito.

A continuación les hablaré brevemente sobre el itinerario de las actividades que se realizarán el día de hoy. Primero habrá un desayuno en la cafetería Snack Bar ubicada muy cerca de la Plaza de Santo Domingo. Después se realizará un recorrido por algunos de los murales que hay en Quito, seguido de un almuerzo, en la tarde se visitará las tiendas de Arte, en donde encontrarán productos artísticos de alta calidad, en estos lugares podrán hacer las compras que requieran, se continuará con la cena, para por último terminar con la visita a la Plaza del Teatro, en donde habrá la función de teatro del grupo de teatro de los Perros Callejeros, luego se retornará a este punto de encuentro: la Plaza de Santo Domingo.

Como servicio opcional les brindamos la posibilidad de un recorrido nocturno por el barrio de Guápulo, con la visita a uno de sus cafés y el retorno al punto de encuentro.

### **3.3.1.7 Breve historia de la plaza e iglesia de Santo Domingo.**

Esta es la Plaza de Santo Domingo les contaré un poco sobre su historia: esta plaza existe desde la época colonial, hablemos del año de 1560, antiguamente fue un gran mercado indígena, la Iglesia que observan, es la Iglesia que lleva su mismo nombre Santo Domingo, “fue construida y terminada entre el siglo XVI y XVII su construcción fue muy larga debido a que pasó su autoría y seguimiento de mano a mano, en total estuvo a cargo de tres arquitectos” (Quito Adventure, 2014). Para la construcción de la Iglesia “se utilizó en los muros calicanto, ladrillo y cal, piedra en la cimentación y madera en los pisos, artesonados y cubiertas” (Quito turismo, 2014). La iglesia está compuesta por diez capillas, la más famosa de estas capillas es la Capilla de la virgen del Rosario. Debido a que la iglesia se construyó sobre un terreno abrupto, “sus constructores se vieron obligados a buscar una solución, y como respuesta a esta necesidad nace el Arco de Santo domingo, sobre el cual se encuentra la Capilla del Rosario” (Quito Adventure, 2014). “Las construcciones internas de la iglesia han sido elaboradas con madera de cedro y envueltas en pan de oro” (Quito turismo, 2014). “Muchos de sus obras fueron pintadas y talladas, por Fray Pedro Bedón, a quien se le atribuye ser el fundador de la Escuela Quiteña de pintura,”

los santos y demás reliquias fueron traídas de Roma” (Quito turismo, 2014). “El estilo del entorno es una mezcla neoclásica y manierista expresada en las edificaciones aledañas, el estilo arquitectónico hablando propiamente de la iglesia de Santo Domingo es barroco, este estilo se caracteriza por la abundancia ornamental” (Quito turismo, 2014).

### **3.3.1.8 Desayuno en la cafetería Snack Bar.**

Seguido a esta pequeña explicación, se continuará con el desayuno en la Cafetería Snack Bar: “esta cafetería tiene 30 años de vida, sus dueños son ambateños, (Ambato es una ciudad del Ecuador ubicada a dos horas de Quito, la cual se caracteriza por su abundancia y sus carnavales de flores y frutas) al ser sus dueños ambateños se destacan entre sus comidas más atractivas el chocolate de Ambato y el pan de Ambato, este pan se distingue por ser elaborado en horno de leña en este mismo local, con la receta de sus abuelos, quienes se dedicaron al arte de la panadería. En sus primeros años, este pan se constituyó en el fuerte de la cafetería y atrajo a la mayoría de clientes. Con este pan se ofrecen los sánduches de higo, golosina muy típica de la Sierra. Por lo general se acompaña de una buena taza de chocolate, también de origen ambateño. Entre otros platos cuenta con variedad e sánduches, secos de carne, de pollo, de chivo, colada morada, ponches (el ponche es una bebida tradicional realizada a base de la yema de huevo) y café (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, 2013: 222).

### **3.3.1.9 Visita a los murales.**

#### *a. Mural de Chiriyacu.*

Terminado el desayuno, se abordará la furgoneta y se continuará con el recorrido, el siguiente punto, la visita al primer mural, ubicado en el sector de Chiriyacu, al Sur de la ciudad. Este mural tiene una extensión de 50 metros de largo por 4 de ancho, se encuentra ubicado en las afueras del mercado de Chiriyacu, fue realizado por el colectivo Esquizoide en colaboración con otros artistas. Este mural fue realizado con varias técnicas y materiales, como aerosoles, rodillos, brochas. Al hablar sobre el Colectivo Esquizoide, es un grupo de artistas mujeres, que se conocieron y decidieron trabajar juntas, al realizar sus estudios en la escuela de Artes Plásticas de la Universidad Central del Ecuador, y actualmente se dedican intensamente al graffiti como profesión y estilo de vida, es por ello que se visita este y el siguiente mural, ya que son destacadas representantes del graffiti en Quito, y también internacionalmente, su última participación fue en Lima Perú con el Festival mujeres en la calle, en marzo del 2014. Este mural fue realizado a las afueras del

Mercado de Chiriyacu, y tuvo una gran acogida de la gente. De acuerdo a palabras de la artista Camille Cote, quien dice que la importancia que tiene el graffiti y el arte urbano es que está expuesto para todos, es por eso que es para todas las personas, y de esta manera se puede despertar al lado creativo de cada individuo, dice, desde su experiencia, que a la gente siempre le gusta y se alegra al ver los murales, brindando apoyo a los artistas implicados (C. Cote, com. pers, 3-3- 2014). Al analizar este mural, inspira una mezcla de una ambiente acuático, marino en medio de la ciudad, un bus dentro de estas aguas, una isla con una madre cuidando de su hijo, cada uno puede tener su propia apreciación de acuerdo a cada experiencia, pero no cabe duda que frente a tanto muro de concreto y tráfico resulta un alivio encontrar un mural de estas condiciones. ¿Qué opinan ustedes gente?

**Fotografía 1: Mural de Chiriyacu completo. Por Mafla, C, 2013.**



**Fotografía 2: Foto parcial del mural Chiriyacu. Por Mafla, C, 2013.**



En este zoom del mural, es interesante notar como la artista usa las herramientas que le brinda la calle, el poste también es pintado, para que acompañe y realce la perspectiva del mural. Otro detalle interesante es que en la parte superior del mural justo donde termina la pared, la artista pintó un cielo con nubes, esto da un sentido de continuidad para el espectador ya que enseguida se encuentra un cielo y nubes reales, esto contribuye mucho paisajísticamente.

Fotografía 3: Foto parcial del mural Chiriyacu. Por Mafla, C, 2013.



Al igual que en el anterior acercamiento, estos dos acercamientos al mural también guardan este sentido de continuidad con el paisaje a través del cielo y las nubes, algo que se destaca en estos dos, es la unión de lo urbano con lo marino, a través del tren, el cual está cruzando al océano, esto es una alegoría del imaginario urbano, el cual aun estando dentro de la ciudad, el imaginario y su mente recuerda siempre al océano.

*b. Visita al mural de San Diego.*

Ahora, aquí en frente está el mural de San Diego, este mural fue pintado a finales del año 2013, por el colectivo Esquizoide, en colaboración de otros artistas, como Emerson Mena y José Paredes, ellos también son artistas de profesión, que se dedican a la escultura y pintura, pero que llevan el graffiti de una manera profesional. Este mural nace como parte de la iniciativa municipal de Flujos Urbanos, esta propuesta tiene la función de destinar ciertas paredes del espacio público de la ciudad de Quito para justamente pintarlas en formatos grandes y de muy buena calidad, con el fin de embellecer a la ciudad y de crear un corredor de arte urbano. Este mural tiene una extensión aproximada de 30 metros de largo por 6 de ancho. Aquí a diferencia del anterior mural, se puede observar la presencia de varias técnicas graffiteras, como es el Graff, esta técnica trata de pintar letras, y se constituye como una técnica que surge en los inicios del graffiti, allá por los años 60 en Nueva York, pero también el graffiti vio su nacimiento en el Ecuador de esta manera, actualmente existen colectivos dedicados cien por ciento a esta técnica. Como se puede observar en la parte superior del mural, los artistas intentaron jugar a través de la pintura

con la composición misma de la pared, aprovechándose de sus agujeros y ventanas para colocar a los personajes de una manera divertida y lúdica para el espectador.

**Fotografía 4: Foto parcial Mural San Diego. Por Mafla, C, 2014.**



**Fotografía 5: Foto parcial Mural San Diego. Por Mafla, C, 2014.**



En este acercamiento vemos como las artistas se aprovecharon de la composición misma del mural, jugando con sus personajes, disponiéndolos hasta de cabeza, armando sus propias historietas, dando vida a un callejón.

Fotografía 6: Foto parcial mural San Diego. Por Mafla, C, 2014.



### 3.3.1.10 Refrigerio en la panadería y pastelería de San Juan.

Terminada esta visita, se pasará a tomar un refrigerio en la Panadería y Pastelería de San Juan, ubicada en el centro de la ciudad, muy cerca a la Iglesia de la Basílica, esta panadería es muy famosa entre los quiteños, porque aquí se preparan las muy conocidas Quesadillas de San Juan desde hace 80 años, “elaboran aproximadamente unas 800 quesadillas diarias, estas delicias han sido premiadas en ferias nacionales, internacionales y en recuentos e investigaciones sobre los dulces más emblemáticos de Quito. Doña Manuela, propietaria de la panadería dice que aunque las quesadillas tienen origen europeo, su perfección se debe a la calidad del queso y la harina de nuestras tierras. Esta panadería tiene 80 años de funcionamiento, y fue bautizada así en honor al barrio que la circunda. Desde hace unos cinco años y debido a su gran clientela, esta panadería y pastelería abrió sus puertas para funcionar como cafetería. Doña Manuela, su hija y las quince personas que laboran en el lugar, trabajan para que el sabor se mantenga igual y se garantice una vida larga a estas codiciadas quesadillas (Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. 2013: 154)”.

Fotografía 7: Autoría Panadería y Pastelería de San Juan.



### 3.3.1.11 Breve historia del Centro de Arte Contemporáneo.

En frente está al Centro de Arte Contemporáneo, es el siguiente punto que se visitará, este de centro de arte actualmente está abierto para la presentación, apoyo y difusión de artes contemporáneas, ya sea teatro, danza, fotografía, pintura, instalación, video arte, graffiti, etc. Pero resulta muy curioso contar la historia y el uso que ha tenido esta edificación, ya que a lo largo de su vida ha tenido múltiples usos: “primero fue un sanatorio para enfermos de tuberculosis, hasta 1922 fecha en la que se transformó en un cuartel militar (Quito turismo, 2014)”. “Después de la guerra de los cuatro días, en la que murieron 2000 personas, este edificio fue ocupado por los partidarios de Neptalí Bonifaz” (presidente depuesto por el Congreso en aquel entonces, en el año de 1932 (Quito turismo, 2014). “Dos años más tarde empezaría su función como Hospital Militar, hasta 1979. Posteriormente funcionaron oficinas gubernamentales por poco tiempo, luego fue hogar de gente desposeída donde vivieron alrededor de 45 familias en estas instalaciones (Quito Turismo, 2014)”. “En el 2006 el municipio de Quito inició negociaciones con estas familias para tener un desalojo y empezar con la remodelación del edificio. En el 2008 se lo inauguró con el nombre de “El Bicentenario”. Esta edificación, ahora el Centro de Arte Contemporáneo funciona desde el 2008, posee numerosos pabellones y salas para

exhibiciones, con nuevas tecnologías museísticas para diferentes tipos de exposiciones” (Quito Turismo, 2014).

### **3.3.1.12 Barrio de San Juan**

El Centro de Arte está colindando con el barrio de San Juan, se podría decir que este barrio es prácticamente nuevo dentro de la ciudad, en sus inicios, “allá por 1919 fue poblado por varios emigrantes totalmente fuera de cualquier parámetro institucional, tanto fue así que la institución pública dijo a las personas del barrio: “hagan lo que avancen con sus propios recursos” (S. Fierro, com pers , 6-4- 2014)”. Recién en 1931 la lotización se vuelve legal en el barrio de San Juan pero de igual manera sin contar con la presencia de la obra pública municipal. Actualmente el barrio es parte de los barrios tradicionales de la ciudad, y es interesante anotar la gestión que se ha venido realizando en San Juan por parte de gestores del CAC, después de una conversación que tuvo la gente del barrio de San Juan con gestores del CAC, se notó que el barrio se siente inseguro, de donde se inició todo un proceso para recuperar la seguridad en la consciencia de las personas del barrio, a través de foros y talleres se trabajó con la gente pintando murales en las calles del sector y abriendo la opción de empezar a proponerse mejoras para el surgimiento del barrio, y de los mismo barriales surgieron muchas expectativas y requerimientos hacia el municipio de la ciudad, requerimientos que han sido atendidos, esto es un ejemplo de cómo el arte público puede generar expectativas y respuestas a los requerimientos de las personas del barrio desde su propio trabajo, y esta es la razón de porque existen tantos murales a los alrededores del Centro de Arte Contemporáneo.

### **3.3.1.13 Recorrido a los murales pintados en los alrededores del Centro de Arte Contemporáneo CAC.**

En los alrededores de las instalaciones, así como en el barrio de San Juan el cual colinda con el Centro de Arte Contemporáneo hay varios murales, realizados por diferentes iniciativas de colectivos, artistas y grupos artísticos independientes. Los murales que se encuentran dentro del CAC fueron realizados por un grupo de artistas españoles en compañía del No Lugar, el No Lugar es una institución encargada de apoyar diferentes iniciativas artísticas de arte contemporáneo y también tiene el servicio de Residencias Artísticas, es decir que ofrece hospedaje a artistas de otros países, en una especie de intercambio por el emprendimiento de sus proyectos artísticos, o por talleres temáticos y trabajos que los artistas visitantes brindarán en barrios de la ciudad.

**Fotografía 8: Foto parcial. Por Andrea Cornejo.**



**Fotografía 9: Foto parcial. Por Andrea Cornejo.**



Algunos de los murales que se encuentran fuera de las instalaciones del CAC, en las paredes colindantes con el CAC, en el barrio de San Juan fueron parte de un proceso llamado Flujos Urbanos, iniciativa emprendida por la Fundación Museo de la Ciudad, bajo la autoría del Municipio de Quito, este fue el inicio para la oleada de murales que se están inscribiendo en todos los barrios de Quito, esta iniciativa se la trabajó con jóvenes del

barrio de San Juan en primera instancia impartieron talleres de graffiti por parte de artistas y gestores culturales hacia jóvenes del barrio y se culminó con la elaboración de los murales.

**Fotografía 10: foto parcial. Por Andrea Cornejo.**



#### **3.3.1.14 Recorrido del Centro de Arte Contemporáneo CAC.**

A continuación van al Centro de Arte Contemporáneo para visitar la actual exposición, en la que la guianza estará a cargo de la persona encargada dentro de las instalaciones del Centro de Arte, quién explicará los detalles de la exposición y estará dispuesta a responder sus preguntas.

#### **3.3.1.15 Visita a la tienda del CAC.**

Para finalizar esta visita al Centro de Arte Contemporáneo, se conocerá la tienda del CAC, esta tienda se abrió en el 2012, y cuenta con la colaboración de varios artistas y diseñadores que entregan sus productos de alta calidad mes a mes.

Fotografía 11: Autoría tienda del CAC.



Fotografía 12: autoría tienda del CAC.



### **3.3.1.16 Almuerzo en el barrio la Floresta.**

Ahora se visitará el barrio de la Floresta, ubicado al Norte de la ciudad, este barrio es muy popular debido a que está poblado por varios artistas con sus respectivos talleres de nacionalidades ecuatoriana y extranjeras, desde hace varios años ya se ha constituido como un barrio en donde abunda el arte y lugares bohemios; en donde se puede encontrar un buen café y buenas conversaciones, tal es el caso del Café Spiral, es un café filosófico, en este café se ofrece varios servicios, como el de restaurantes, con platos tanto nacionales como internacionales, servicio de cafetería y pastelería, también hay varias posibilidades de actividades recreativas, como documentales, cine, juegos, micrófono abierto, música en vivo, etc. El café Spiral es la siguiente parada, donde vamos a tener el almuerzo, y después un tiempo de esparcimiento, en caso de que alguno de los participantes tenga preferencia por la comida vegetariana frente al café Spiral, está el restaurante Donde Gopal, este restaurante ofrece solo platos vegetarianos y una amplia gama de productos que pueden acompañar a la preparación de cualquier comida, entre sus productos también ofrece ropa estilo Hindú.

**Fotografía 13: autoría café Spiral.**



### **3.3.1.17 Caminata y visita a las tiendas de arte del barrio la Floresta.**

El siguiente punto a visitar, es aquí, dentro del barrio la Floresta, y para cambiar un poco con la temática de los murales, se visitarán las tiendas de arte, cuando lleguemos a las tiendas las personas encargadas de la atención brindarán una atención detallada sobre los productos artísticos y diseños, sobre los artistas involucrados en su ejecución, precios, por lo general son los dueños de las tiendas quienes atienden y hasta son los artistas creadores de algunos de los productos que ofrecen.

### 3.3.1.18 Visita a la tienda Fui Reciclado.

La primera parada dentro de este ciclo de visitas será la tienda Fui Reciclado, en esta tienda se fabrican productos a partir de vallas publicitarias recicladas, esta tienda es particularmente interesante, ya que los dueños dan la opción de un recorrido guiado dentro de la tienda para observar el proceso de fabricación de los productos, que por cierto son de muy alta calidad y originalidad.

Fotografía 14: autoría Fui Reciclado.



### 3.3.1.19 Visita a la tienda Chuchería arte objeto.

La siguiente tienda que se visitará se llama Chucherías arte objeto, está a dos cuadras de aquí, en esta tienda mucho más pequeña que Fui reciclado, atiende su propietaria, que

también realiza objetos artísticos en vitro fusión, esta tienda cuenta con la colaboración de varios artistas de la Floresta y otros barrios de Quito, por lo que ofrece una amplia variedad de artículos y objetos, que van desde prendas de vestir hasta juguetes y libros. Cualquier inquietud con toda la confianza será respondida por Alexandra Moshenek su propietaria.

**Fotografía 15: autoría Chucherías arte objeto.**



### **3.3.1.20 Visita a la tienda la Caprichosa.**

La siguiente tienda que se visitará a una cuadra de aquí se llama, La Caprichosa, en esta tienda también atienden sus propietarios, que al contrario de las anteriores, estos no participan de la elaboración de alguno de los productos, pero cuentan con una muy amplia colaboración de artistas quiteños, y con gran variedad de objetos artísticos muchos de ellos utilitarios y muy originales, entre su gama están lámparas con diseños realmente novedosos, como ropa con diseños artísticos para bebés, cuadros, y demás, como en el caso de las otras tiendas todas las inquietudes que tengan serán atendidas por los propietarios de las tiendas.

Fotografía 16: autoría tienda La Caprichosa.



### 3.3.1.21 Lunch y receso en el Café la Cleta.

Ahora para descansar un poco de la caminata se procederá a tomar una bebida y también la cena, en el Café la Cleta, este café es muy interesante debido a su temática sobre las bicicletas y apoyo al reciclaje, por ello muchos de sus muebles fueron elaborados con bicicletas viejas o con partes de ellas. Apoyan a las personas que se desplazan en bicicleta por la ciudad y llegan al café en bici, por lo que cuenta con un parqueadero de bicicletas, y dan el 20% de descuento en bebidas a los ciclistas. Entre otros de sus servicios están eventos en vivo por las noches, por lo general de jueves a sábado.

Fotografía 17: autoría Café la Cleta.



Fotografía 18: autoría Café la Cleta.



### 3.3.1.22 Visita y breve historia de la plaza del Teatro.

Después de este merecido tiempo de esparcimiento, se continuará hacia el centro histórico, al sector de la Plaza de Teatro, voy a contarles brevemente sobre la historia de esta plaza, antiguamente, en los años de 1565 a 1765 a esta plaza se la conocía como la plaza de las carnicerías, y era aquí donde se presentaban cada sábado espectáculos taurinos. En 1790 se convierte exclusivamente en Plaza de Toros, hasta que en 1867 el Congreso prohibió estos espectáculos y la plaza se convirtió en un espacio teatral, posteriormente en 1877 el congreso ordenó un fondo para la construcción del teatro y el 25 de noviembre de 1886 fue inaugurado el escenario del Teatro Nacional Sucre con una presentación célebre del pianista parisino Capitán Voyer, la presencia del teatro Sucre en el imaginario quiteño se convirtió en una especie de símbolo de civilización para la ciudad. En sus primeros 50 años de vida las funciones fueron esporádicas, con un promedio de dos o tres espectáculos anuales, las instalaciones del teatro fueron utilizados para menesteres no artísticos. A mediados del siglo XX el teatro empieza a ser sede de presentaciones de grandes artistas y actualmente después de una completa rehabilitación del teatro es considerado uno de los escenarios más tecnificados y modernos de Latinoamérica.

### 3.3.1.23 Función del grupo de teatro Los Perros Callejeros.

La razón por la que visitamos esta plaza es para conocer sobre el grupo de teatro de Los Perros Callejero, ya que fue justamente aquí en esta plaza, en la década de los noventas, donde empezaron a reunirse y a ensayar los integrantes de este grupo de teatro, se reunieron en respuesta a la necesidad de expresar un trabajo libre y creativo en escenarios no convencionales de Quito: calles, parques, plazas, etc. Los gestores de este grupo al provenir de sectores populares, y de disciplinas artísticas diferentes, están marcados por la

realidad cultural, política, económica y social por la que atraviesa el Ecuador, por lo cual plantean su tarea de una manera seria y disciplinada. Sus planteamientos éticos y estéticos van de cara al teatro, la música y la vida. Este grupo fusiona el teatro, la música, la literatura, la pintura, el baile, la acrobacia, en una misma expresión, se manejan con la utilización de elementos esenciales de la fiesta, el rito y la memoria popular. Los Perros Callejeros ofrecen cuatro funciones a su público: 1. el Casorio, en donde representan a personajes típicos ecuatorianos como el danzante, el diablo ocioso, la Carishina, el payasito con chorizo, el Capariche y los Zanqueros, 2. la Comedia Criolla la cual es un melodrama basado en la comedia del arte y la comedia de la vida misma, una tragicomedia con personajes festivos del teatro de calle nacional, 3. La Comparsa, en la que se presentan personajes típicos ecuatorianos y por último 4. La Bailada, compuesta de performances, improvisaciones, guiones, tramas, personajes, estructuras dramáticas violenta. 5.”La Fiesta en escena, con personajes tradicionales y contemporáneos de los inocentes quiteños, música en vivo: Pasacalles, Sanjuanitos, Albazos; un tejido de teatro con música, poesía, mimo, acrobacia, zancos, máscaras, color (Taller De Teatro Los Perros Callejeros, 2014)”. Cada una de estas funciones tiene una duración de aproximadamente 50 minutos, elegidas a preferencia del público espectador. Se ha elegido para esta noche el Casorio, ya que esta obra es muy interesante y permite conocer un poco más en la cultura de los ecuatorianos a través del conocimiento de los personajes típicos ecuatorianos.

**Fotografía 19: autoría grupo de teatro Los perros Callejeros.**



Fotografía 20: autoría: grupo de teatro Los Perros Callejeros.



Fotografía 21: autoría: grupo de teatro Los Perros Callejeros.



Terminada esta función de teatro, sería muy interesante conversar acerca de los personajes retratados en la obra de teatro y sobre qué representan en la historia y cultura ecuatoriana.

El danzante, conocido también como el sacerdote de la lluvia, representa el ciclo reproductivo de la siembra, la germinación y la cosecha. Se cree que es una manifestación sobreviviente del Incario,

El diablo ocioso, a este personaje se lo ha identificado en varios sectores de la ciudad porque se lo podía encontrar en todo Quito vendiendo humitas, tamales de gallina y quimbolitos, se cuenta que el “diablo ocioso” salía a vender los tamales y los quimbolitos a las 7 de la noche para subsistir. “Cuando las muchachas le gritaban el diablo ocioso, perdía la razón, mientras perseguía a que los malcriados para defender su dignidad, otro muchacho le robaba sus quimbolitos del canasto que dejaba abandonado” (Los Perros Callejeros, 2014).

#### **3.3.1.24 Retorno y despida en la Plaza de Santo Domingo**

A continuación se retornará al punto de encuentro de la mañana la Plaza de Santo Domingo en donde se finalizará el recorrido de la ruta, antes de la despida, estaré atenta a cualquier duda y preguntan que tengan y a brindar la respectiva información acerca de los contactos de los respectivos lugares. Ha sido muy gustoso acompañarnos en este día de recorrido de arte urbano en Quito, hasta una próxima ocasión.

## **4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE COMERCIALIZACION Y DIFUSION DEL CIRCUITO, EN BASE A UN ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.1 Estudio de mercado,**

#### **4.1.1 Análisis Interno y Externo**

Para realizar el análisis interno y externo se lo alorará en base a un análisis FODA de la ruta turística de arte urbano, la descripción del análisis FODA se encuentra en el punto 4.1.1.1 y su tabla se encuentra en los anexos en la página 93. El análisis FODA consiste en un análisis sobre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del producto, que “provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, ya que proporciona la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas (Monografias.com, 2014)” para la mejora del producto. Las fortalezas y debilidades se encuentran dentro de los alcances del producto turístico, “tienen que ver con las capacidades y habilidades que se poseen o no, es decir son los recursos que se controlan (Monografias.com, 2014)”, que pueden ser mejorados y fortalecidos por los gestores y actores turísticos, con capacitaciones, mejoras en el producto, etc.

Mientras que las oportunidades y amenazas se encuentra en el ambiente externo al producto turístico, en temas “como legislación, política, procesos culturales, economía mundial y nacional, posibles competencias del producto turístico, clima” (Matriz FODA, 2014), etc. Es decir que son elementos que están fuera del alcance las personas involucradas en la ejecución del producto, pero que a través del análisis inteligente y el fortalecimiento de las debilidades y fortalezas del producto puede mejorar la situación general de dicho producto.

A continuación se presentará una tabla con el análisis FODA, a partir de este análisis se desprenderán las estrategias que se abordará para mejorar al producto turístico.

A continuación se detallan las estrategias que se van a tomar resultado del análisis FODA, interrelacionando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas estratégicamente para tomar medidas para el éxito de la ruta turística.

#### **4.1.1.1 Análisis de la matriz FODA:**

**E1:** de acuerdo a la debilidad **D1:** por tratarse de una temática nueva, no existen guías capacitados, pero en la fortaleza **F4** la ideóloga de la ruta turística tiene excelente conocimiento de la temática, entonces para contratar un guía previamente se deberá capacitarlos a través de un programa de capacitación y formación.

**E2:** en la debilidad **D2** la ruta turística no tiene un servicio de transporte propio, entonces se alquilará un servicio de transporte privado de acuerdo a la oportunidad **O6** ya que existen varias opciones de alquiler en el mercado.

**E3:** en la debilidad **D3** la ruta turística no tiene para su ejecución una oficina, operadora o agencia de viajes, pero ya que es un producto innovador y especializado en una temática anteriormente desconocida por el mercado turístico de acuerdo a la fortaleza **F1**, y es un producto necesario para las iniciativas municipales y por lo tanto para el turismo en la oportunidad **O3**, por ello puede ser vendida como paquete turístico, con un 10% de ganancia para la agencia y operadora que lo comercialice.

**E4:** por la debilidad **D4** la operación de la ruta no cuenta con mucho presupuesto por lo tanto no se puede contratar personal para su comercialización, este es otro motivo para que sea comercializado por una agencia de viajes o una tour operadora, como se menciona en la oportunidad **O3**.

**E5:** de acuerdo a la amenaza **A1** debido al clima y factores ambientales existe deterioro en los murales, aspecto inevitable para el graffiti y muralismo, pero ya que existe un fuerte surgimiento de arte urbano por el sector público y privado **O5** los murales van a estar en constante movimiento, rehabilitación y renovación, por lo que existe la opción de elegir nuevos murales, lo que movería también un poco la dirección de la ruta turística pero se mantendría la misma temática y a los otros atractivos; o en el caso de que se tuviese una perfecta comunicación con las organizaciones, colectivos y actores involucrados en la elaboración de los antiguos murales, se los podría rehabilitar e incluso renovarlos, para mantener la misma ruta turística.

**E6:** frente a la amenaza **A2** donde se habla acerca de que los cambios políticos pueden afectar a los atractivos inmersos en la ruta turística, en la oportunidad **O5** se dice que existe un fuerte surgimiento del arte urbano tanto desde lo privado como desde lo público,

independientemente del factor político, es por ello que debe haber un real seguimiento y comunicación con los actores involucrados a esta temática de arte urbano.

**E7:** en la amenaza **A3** se habla que al no haber competencia no se sabe cómo reaccionará el mercado, pero en la oportunidad **O2** se menciona que las regulaciones municipales apoyan las iniciativas que respalden al arte urbano y en la oportunidad **O4** se dice que actualmente existe un apoyo emergente a nivel mundial hacia los productos artísticos, así como al reciclaje y a la reutilización. Con el análisis de estas oportunidades se entiende que ya existe previamente aceptación hacia estas actividades, por ello una buena promoción y comunicación del producto, como lo dice la fortaleza **F5** prepararán a la demanda turística para la aceptación e inserción del producto.

**E8:** en la amenaza **A4** se dice que los servicios de transporte privados tienen altos costos, y en la oportunidad **O6** que existen varias opciones de servicios de transporte para alquiler, es posible encontrar varias opciones convenientes para la ruta turística, o al fin si no se encuentran precios tan convenientes hay que entender que esos son los precios y ese valor se cargará a los participantes de la ruta.

**E9:** en la amenaza **A5** se habla de un escepticismo y desconocimiento por la ciudadanía hacia el tema del arte, pero con una muy buena promoción como lo dice la fortaleza **F5** por un lado y por otro debido al incremento y surgimiento del arte urbano en la ciudad, existe un continuo apoyo sobre todo municipal hacia estas alternativas como lo dicen las oportunidades **O2** y **O4** y por otro lado en un inicio esta ruta urbana será promocionada hacia el mercado internacional y desde este sector existe mucho más apoyo hacia las actividades artísticas.

**E10:** en la amenaza **A6** se dice que existe competencia indirecta con rutas turísticas muy especializadas en donde tienen guías muy competentes, frente a esto en la Estrategia **E1** se establece que para contratar a los guías primero hay que capacitarlos debidamente, y ya que de acuerdo a la fortaleza **F1** esta ruta es un producto innovador va resultar muy interesante para el mercado, como para sus intermediarios.

**a. Estrategias:**

- **E1 y E10:** para la contratación de los guías será necesario que previamente se los capacite sobre la temática urbana, a través de un programa de capacitación y formación.

- **E2:** Se alquilará un servicio de transporte privado en el mercado.
- **E3 y E4:** La ruta turística de arte urbano será vendida como un paquete turístico a través de intermediadoras como agencias de viajes, operadores turísticos, etc.; ya que esta propuesta no cuenta con presupuesto como para arrendar una oficina y contratar personal para estas actividades.
- **E5:** El recorrido de la ruta turística cada cierto tiempo cambiará algunos atractivos sobre todo en el caso de los murales, pero conservará la misma temática.
- **E6:** Como parte de las obligaciones para tener una ruta turística renovada y de alta calidad, es tener un seguimiento y buena comunicación con los actores, artistas y colectivos involucrados.
- **E7:** Para el éxito de la ruta turística es indispensable una buena promoción y comunicación, esto preparará a la demanda turística para la aceptación e inserción del producto.
- **E8:** El alquiler del transporte privado no posee precios tan convenientes, si no se halla una solución se sabe que este precio se cargará a los participantes.
- **E9:** En un inicio la ruta turística será promocionada al mercado internacional, ya que desde este sector existe mucha más aceptación hacia el arte urbano.

#### **4.1.2 Análisis de costes**

Se refiere al análisis de los costes que se requiere para el emprendimiento de cualquier producto, existen los costes variables y fijos.

Los costes variables se relacionan a aquellos valores que varían en relación a los cambios de la actividad turística o en relación al volumen total de los pasajeros y también a las características que estos posean, por ejemplo los costes variarán si se trata de niños o personas de la tercera edad en comparación a los adultos considerados normales en relación a los precios que se cobran en ciertos establecimientos. En esta ruta turística de arte urbano estos costes variables no han sido estimados porque hasta el momento en esta investigación la ruta turística de arte urbano prescindirá de estos gastos.

A continuación se realizará un análisis de costes, primero se desglosarán los gastos para establecer cuáles costes son fijos y cuáles son variables, de allí para hacerlo de una manera adecuada este análisis se basará en un número mínimo de pasajeros para que la ruta turística pueda ser viable, para ello se usará la siguiente fórmula

- **Costes fijos**, son los que se mantendrá fijos por un período determinado de tiempo, a pesar de que hayan cambios en la actividad o aumenten el número de pasajeros, los costes fijos que se han estimado para el diseño de la ruta son los siguientes:

Precios fijos estimados para un grupo de máximo 10 personas

**Transporte y chofer:** incluye el costo que cobrará el chofer, el transporte y la gasolina. El costo es de \$100.

**Guía:** es quién acompañará los participantes de la ruta turística a lo largo del recorrido, interpretará los atractivos, diseñará el guion y lo transmitirá, será traductor en el caso necesario. Al guía se le pagará el valor de \$60.

**Restaurantes y refrigerio:** se tienen previstos tres restaurantes para las tres comidas principales, más uno a media mañana en que se realizará el refrigerio. Se estima \$40 por persona. Lo que da un total de \$400 por grupo.

**Función de teatro:** estará a cargo del grupo de teatro Los Perros Callejeros, tendrá la duración de 50 minutos aproximadamente. Tiene el valor de \$300.

*El gasto total en costes fijos es: \$860.*

A este valor se le añadirán los porcentajes expuestos en las siguientes líneas:

**Promoción:** se la realizará a través de dos medios: físicos y medios masivos

Físicos: folletos, trípticos: 10%

Medios Masivos: 10%

**Gastos inesperados:** gastos inesperados que no pueden estimarse exactamente hasta estar en el proceso, como el transporte, agua, luz, etc. Para ello se sumará el 10%.

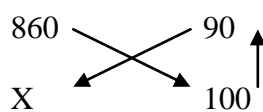
**Comisión:** se refiere al porcentaje que obtendrán las agencias intermediadoras por comerciar la ruta turística, se estima el 10%, este es el porcentaje que por lo general se usa en el mercado turístico.

**Ganancia:** con el fin de obtener acogida en el mercado e ir profundizando en el manejo de la ruta turística en un principio se espera un porcentaje de ganancia del 5%.

**Comunicación de la ruta turística:** en primera instancia se comunicará a la ruta turística a través de radios quiteñas con el fin de hacerla pública, existen varias radios en las que no tiene costo comunicar.

Para establecer estos costes finales se realizará la siguiente regla de tres, en relación a los porcentajes establecidos de promoción, gastos inesperados, comisión y ganancia.

**Promoción.**

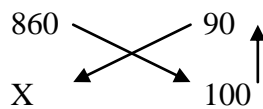


$$X = 956 - 860$$

$$X = 86 \text{ dólares.}$$

A este valor se le divide para el número de días de un mes. Lo que resulta en 30 dólares.

**Otros Gastos.**

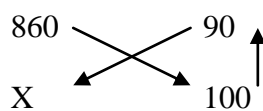


$$X = 956 - 860$$

$$X = 86 \text{ dólares.}$$

A este valor se le divide para el número de días de un mes. Lo que resulta en 30 dólares.

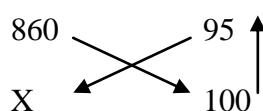
**Comisión**



$$X = 956 - 860$$

$$X = 86 \text{ dólares.}$$

**Ganancia**



X=905-860

X= 45 dólares.

### **4.1.3 Marketing mix**

A través del uso de las herramientas de estudio que propone el marketing mix que son: producto, precio, plaza, promoción, se analizará, amoldará y mejorará a la ruta turística de arte urbano para conseguir una efectiva respuesta por parte del mercado meta.

#### **4.1.3.1 Producto**

El producto turístico o producto central que se oferta en esta propuesta es una **Ruta turística de Arte urbano**, la misma que se enmarca dentro del turismo cultural, ofreciendo los siguientes servicios:

1. Visita y recorrido por varios murales, en Sur, Centro y Norte. Esta visita incluye servicio de transporte, y una guianza explicativa sobre el proceso de realización de los murales, las técnicas, los artistas u organizaciones implicadas.
2. Visita a la exposición existente dentro del Centro de Arte Contemporáneo, incluye la visita guiada.
3. Recorrido por tiendas de arte. El recorrido incluye la visita y entrada a cuatro tiendas de arte, guianza explicativa, servicio de transporte. Atención personalizada, explicación y traducción de ser el caso a cualquier pregunta referente con la elaboración de los objetos y los artistas implicados en su elaboración por parte de la persona a cargo de la atención de la tienda y del guía encargado. No incluye la compra de recuerdos y otros objetos de arte.
4. Función de teatro del grupo los Perros Callejeros, este grupo es considerado uno de los mejores grupos de teatro del Ecuador, será un espectáculo de una hora aproximadamente de duración en un espacio adecuado para el mismo. Incluye la guianza y explicación a cualquiera de las preguntas que surja por la obra de teatro, y el servicio de transporte.
5. Desayuno en una cafetería tradicional del Centro histórico, Snack Bar cafetería. Refrigerio a media mañana en la Panadería y Pastelería de San Juan. Almuerzo, en el café restaurante “Spiral” de cocina nacional e internacional, o en el restaurante “A Donde Govinda” de comida nacional vegetariana, ambos están

ubicados en el sector de la Floresta. La cena se la realizará en el Café la Cleta, este es un café temático sobre bicicletas, se relaciona con el apoyo a la conservación del medioambiente, a través del ciclismo, por ello brindan el 20% descuento en cualquier bebida a quién llega en bicicleta a la cafetería. También fomenta al reciclaje y reutilización, ya que los inmuebles de la cafetería: mesas y sillas, han sido elaborados en base al reciclaje de bicicletas viejas y partes de bicicletas. Está relacionado también con el arte, ofrece presentaciones en vivo de grupos de música y en su decoración la Cleta café ha sido adornada con murales realizados por artistas nacionales y extranjeros, y también en los alrededores a la cafetería.

#### **4.1.3.2 Precio**

El establecimiento de los precios finales es muy importante, porque aunque los precios pueden variar fácilmente por razones externas o internas, la rentabilidad y la viabilidad de la ruta turística de arte urbano depende del mismo. A continuación se mostrará cuál es la lógica con la que se estableció el precio final de la ruta turística.

Dentro de los costes fijos, que son los únicos costes con los que trabajará la ruta turística y que son los costos independientes del número de participantes para la ruta turística, están los siguientes ítems:

- Transporte.
- Guía.
- Alimentación.
- Obra de teatro.
- Promoción.
- Gastos inesperados.
- Comisión.

De acuerdo a estas variables se establecieron los costes en la siguiente tabla:

**Tabla 10: Precio estimado con el máximo de 10 pasajeros.**

CONCEPTO	GASTOS	NÚMERO	DÍA	AL MES	AL DIA	TOTAL
<b>COSTOS FIJOS</b>						
<b>ACTORES</b>	Chofer	1			100	100
	Guía	1			60	60
<b>RESTAURANTES</b>	Cafetería Snack Bar	10			10	100
	Panadería y Pastelería de San Juan	10			10	100
	Café Spiral	10			10	100
	Café la Cleta	10			10	100
<b>TEATRO</b>	Los Perros Callejeros	1			300	300
<b>PROMOCIÓN</b>	medios masivos, papelería 10%		30	86	3	30
<b>OTROS</b>	Transporte, luz, agua 10%		30	86	3	30
<b>COMISIÓN</b>	10%			86		86
<b>GANANCIA</b>	10%			86		86
<b>TOTAL</b>		10				1092

A este total se lo dividirá para siete pasajeros, el cuál es el mínimo de participantes con que se espera emprender la ruta turística.

Lo que da un precio final por pasajero de 150 dólares.

En el caso de que exista menor cantidad de pasajeros los costos obviamente subirán, si los pasajeros quieren asumir los costos que implicaría el recorrido de la ruta turística se llevará a cabo.

#### **4.1.3.3 Plaza**

A continuación se analizará a través de qué medios se comercializará a la ruta turística de arte urbano, ya que la ruta turística no cuenta con su propia oficina para la comercialización de esta y en un principio no es una prioridad venderla directamente porque no se posee el presupuesto para la contratación del personal, entonces se ha creído pertinente que en un inicio se comercialice a la ruta turística a través de agencias de viajes y tour operadoras de la ciudad.

A estas intermediadoras turísticas para que comercialicen a la ruta turística de arte urbano paquete turístico se les atribuye un porcentaje de comisión, después de realizar entrevistas a personas inmersas en esta temática se sabe que las tour operadoras y agencias

de viajes por lo general comercializan los paquetes turísticos en la mayoría de los casos con el 10% de ganancia (M. Quevedo, com pers, 3-12-2013). Y este es el valor que se le añadió al precio final de la ruta turística.

#### **4.1.3.4 Promoción.**

La promoción de la ruta turística se la realizará a través de dos tipos de medios.

1. Medios físicos: se la promocionará en agencias y puntos específicos a través de la repartición de papelería (trípticos, volantes, etc.).
2. Medios Masivos: esta promoción se la desarrollará a través del internet, existen programas populares y otros más específicos que tiene gran acogida publicitaria, de hecho los medios masivos están catalogados como los medios que tienen mayor acogida en el sector de la promoción y la publicidad, es por ello que se ha elegido trabajar de dos maneras:
  - Facebook, a través de este se abrirá una página Fanpage, que publicite a la ruta turística de arte urbano, para esto a través de Facebook, uno puede elegir el segmento al que quiere llegar, el alcance, la frecuencia con que será publicitado, etc. Se puede pagar a Facebook la cantidad de dinero que el solicitante elija.
  - Tripadvisor, está página es diseñada justamente para los viajeros, es una guía de consejos y recomendaciones de viaje, en la que los turistas escriben y postean sus experiencias de viajes, entonces una buena experiencia es una buena publicidad. Desde el fanpage se puede subir información sobre la ruta turística a esta página, con fotografías, comentarios, leyendas, historias, etc., luego los turistas podrán sus comentarios. De acuerdo a la entrevista con Diana Carrasco Gerente General de Quito Tour Bus, el Tripadvisor constituye uno de los medios por los que los participantes del Quito Tour Bus supieron de este servicio.
  - El explorador Google también es una herramienta publicitaria, lo que hace es ubicar al producto o empresa primero en las categorías de búsqueda.

## **4.2 Análisis del Producto**

### **4.2.1 Segmento de mercado**

La segmentación de mercados es el proceso de agrupar consumidores de un mercado de acuerdo a características comunes. El segmento de mercado que se ha de elegir se va a caracterizar por estar conformado por individuos u organizaciones con características homogéneas,

- Edad: serán personas que se encuentren entre los 25 y 50 años de edad.
- Sexo: femenino y masculino
- Nacionalidad: en primera instancia se enfocará hacia personas extranjeras de varias nacionalidades.
- Profesiones o intereses afines: personas involucradas en las áreas de Ciencias Humanistas, con intereses de cultura y arte.
- Poder adquisitivo: personas que tengan trabajos fijos y/o con ingreso mensual estable, que sean capaces de ahorrar y tener vacaciones anuales.
- Situación familiar: solteros, casados, con hijos.

Entonces, el mercado meta al que se pretende llegar es el de jóvenes adultos, con una edad comprendida entre los 25 y 50 años de edad, mujeres u hombres, extranjeros, con profesiones afines a las ciencias humanistas y con interés de cultura y arte. Que posean trabajos fijos y/o con un ingreso mensual estable, es decir que sean capaces de ahorrar y de tener vacaciones anuales. Su situación familiar puede ser diversa.

### **4.2.2 Competencia**

A la competencia se la analizó a través de la observación directa a las operadoras turísticas de Quito, de las cuales ninguna ofrece como producto estrella en sus recorridos la visita a lugares de arte urbano (murales), junto con los otros servicios que oferta esta ruta turística. A pesar de esto, se pensó que esta ruta turística puede ser comparada, con rutas culturales, muy específicas, muy especializadas:

Éste es el caso de Quito Eterno, son rutas teatralizadas que se realizan en espacios patrimoniales dentro del Centro Histórico, el personaje típico de la quiteñidad es el mismo guía, son recorridos de aproximadamente una hora, lo que busca Quito eterno es rescatar la

memoria de la cultura y tradiciones quiteñas, es decir cultivar el patrimonio ya existente, al contrario de la ruta turística de arte urbano la que busca incentivar a las nuevas expresiones artísticas que tiene la ciudad.

Otro caso es el tour “Caminos de San Roque”, en esta ruta visitan sitios muy tradicionales de este barrio donde se realmente se ve reflejada la cultura quiteña, tienen “la ruta Camino al mercado, en el que se traslada al participante al mundo del primer mercado de Quito, el mercado de San Francisco Santa Clara Sur (Caminos de San Roque, 2014)”. También tienen la opción del Camino de hoy, su recorrido combina una amplia diversidad de testimonios y experiencias del significado de trabajar en comunidad organizada, donde se reúnen expresiones de trabajo artesanal y de otros oficios de San Roque (Caminos de San Roque, 2014). El precio es increíblemente más bajo, ya que este recorrido que se lo realiza en el barrio de San Roque, solo puede ser realizada pie, se cuenta con un guía local y tiene una hora de duración aproximadamente, por estos motivos se piensa en que no es realmente parte de la competencia ya que esta ruta incluso podría ser incluida dentro de un recorrido largo como es la ruta turística de arte urbano.

En el caso exclusivo del “Quito Tour bus que ofrece la visita a lugares con visitas similares a la Ruta turística de arte urbano: Parada la Ronda, en donde existe ya una tienda de arte “Artesanía Urbana”(Carrasco, D. com pers, 11-4- 2014)” donde se ofrecen productos artísticos de similares características a las ofertadas en las tiendas de la ruta turística e arte urbano, pero no cuenta con la personalización que se da al recorrido de la ruta turística, ya que está es una ruta acompañada de guianza personalizada y explicativa, seguida de las aportaciones de quienes atienden en las tiendas de arte.

Por otro lado en el mercado regional latinoamericano existe una tour operadora analizada que comercializa este tipo de productos turísticos, Graffitimundo en Buenos Aires-Argentina, ellos ofrecen el servicio de guianza, con el recorrido a barrios que tienen la temática del arte urbano a través de murales, los recorridos pueden ser realizados en bicicleta o a pie, “tienen la duración aproximada de 2 a 3 horas con el costo aproximada de \$30, y de 3 a 4 horas con el costo aproximada de \$45, sin incluir ningún otro servicio (Graffitimundo, 2014)”. Esto puede ser realizado debido a que existen barrios en Buenos Aires que se dedican tiempo completo a la realización de estas actividades artísticas, cosa que comparativamente en Quito apenas está empezando a emerger, razón por la cual este servicio de recorrido se lo ofrece a través de un medio de transporte, a excepción del barrio

de San Juan que debido a la presencia de varios murales dentro del Centro Arte Contemporáneo y en los barrios de los alrededores se ha decidido realizar el recorrido a pie.

#### **4.2.3 Mix de producto**

El producto que se oferta en una ruta turística de arte urbano, con las siguientes características:

- Es una ruta de tipo circuito, en donde el punto de encuentro y despedida son el mismo lugar.
- El recorrido de la ruta total tiene una duración aproximada de 12 horas.
- El guía es capaz de manejar grupos de 10 a 15 personas, con facilidad de traducción y muy buen conocimiento de la temática.
- El servicio de transporte es muy cómodo.

La ruta incluye los siguientes atractivos y servicios, a los cuales se los puede diferenciar en cinco categorías:

- Visita y recorrido por murales en Quito de alta calidad.
  1. Dos murales en el barrio Chiriyacu, Sector Mercado de Chiriyacu. Ubicados en la Avenida Napo y 1ª de Mayo.
  2. Mural de San Diego, Sector San Roque. Ubicado en la avenida Mariscal Sucre.
  3. Varios murales en el Centro de Arte Contemporáneo, sector la Basílica, ubicados en Calles Montevideo y Luis Dávila.
  4. Mural de la Floresta, sector la Floresta, ubicado en la Guipúzcoa y Coruña.
- Visita a tiendas de arte, las cuales tienen variedad de productos artísticos, muchos de ellos realizados a mano, con materiales reutilizados y reciclaje. También ofrecen productos artísticos que no han sido elaborados por reciclaje. En ambos casos los productos ofrecidos son de mucha originalidad y gran calidad.
  1. La tienda del CAC, ubicada en el Centro de Arte Contemporáneo, calles Montevideo y Luis Dávila.

2. Fui Reciclado, sector la Floresta, calle Guipúzcoa y avenida Coruña.
  3. La Caprichos, sector la Floresta, calle Guipúzcoa y avenida Coruña.
  4. Chuchería Arte-Objeto, sector la Floresta, calle Francisco Larrea y avenida Coruña.
- Obra de teatro del grupo Los Perros Callejeros, grupo que empezó a difundir su arte en la calle hace más de 20 años, y que actualmente es uno de los mejores grupos de teatro del Ecuador. La presentación se la realizará en la Plaza del Teatro.
  - Visita y recorrida al Centro de Arte Contemporáneo, el cual tiene exposiciones todo el año de muy buena calidad.
  - Alimentación en restaurantes tradicionales y/o relacionados con el arte urbano.
    1. El desayuno será en la Cafetería Snack bar, ubicada en la Plaza de Santo Domingo.
    2. El lunch se lo realizará en la Panadería y Pastelería de San Juan, ubicada frente al Centro de Arte Contemporáneo.
    3. El almuerzo será en el Café Spiral, restaurante ubicado en el sector de la Floresta, en la calle Mallorca.
    4. Opción de almuerzo vegetariano, A Donde Govinda restaurante, ubicado en el sector de la Floresta, en las calles Mallorca y Coruña.
    5. Refrescos y cena en el Café la Cleta bicicleta, ubicado en el sector de la Floresta, en las calle Lugo y Guipúzcoa.

Los atractivos que ofrece esta ruta turística de arte urbano son innovadores dentro de las rutas tradicionales ofertadas, es un producto original y prometedor.

Por los atractivos que oferta permitirá llegar a los participantes dentro de la cultura quiteña de una manera directa.

## **4.3 Promoción**

### **4.3.1 Mix promocional**

Para promocionar a la ruta turística de arte urbano, se han seleccionado dos fuentes principales: a través del Internet a través de medios físicos

#### **4.3.1.1 Por medio del Internet se lo realizará través de medios masivos como:**

- Facebook, actualmente constituye el mayor medio publicitario en la web, a través de este se creará una Fanpage con la marca y el nombre de la ruta turística, a través de esta herramienta se promociona al producto, a través del Fanpage se mostrará la temática del tour con fotografías de los atractivos. A través de esta herramienta se puede detallar muy específicamente el alcance que se busca, el cual puede llegar a personas de diferentes nacionalidades, de diferente condición social y económica, edad, gustos, profesión, etc.; esto dependerá de cuanto se segmente la promoción del producto.
- Tripadvisor, es la página más visitada y más apreciada por viajeros internacionales, a través de esta página el producto puede ser calificado, comentado por los visitantes. Es totalmente gratuita. Para promocionar a la ruta turística a través de este medio se subirán varias fotos de los atractivos turísticos y se explicará brevemente cómo será el recorrido de la ruta en todo el día.
- Creación de una página web, en donde primeramente estará el nombre así como el logo de la ruta turística de arte urbano, también se subirán fotografías de los atractivos de la ruta turística y una breve descripción de cómo será el recorrido de la misma. A través de Google se la posicionará en las primeras categorías de búsqueda.

#### **4.3.1.2 Ruta Arte y Cultura Urbana de Quito.**

Este el nombre con que se piensa promocionar a la ruta turística de arte urbano, ya que al recapitular todo lo expuesto, se ha diseñado esta ruta turística, la cual constituye un producto innovador dentro de la rama del turismo. Como se analizó en el planteamiento del problema, los nuevos turistas buscan vivencias frescas, que muestren experiencias que no sean totalmente creadas y adaptadas por la industria del turismo, es decir que no sean situaciones ambientadas que oculten a esa esencia propia de cada ciudad. Por ello, esta ruta ofrece atractivos que antes no han sido promocionados; el desarrollo de esta ruta está enfocado en gestionar y promocionar el arte contemporáneo y emergente en la ciudad, así como en mostrar una faceta de la cultura quiteña olvidada por el sector del turismo hasta hoy. En la ruta turística de arte urbano se ofrecerá como parte de sus atractivos al Graffiti

a través del muralismo, se visitarán a las tiendas de arte las cuáles ofrecen productos artísticos contemporáneos elaborados de diversas formas y técnicas y por varios artistas. Por último, se asistirá a una obra de teatro de uno de los mejores grupos de teatro ecuatoriano, un grupo que inició sus presentaciones en las plazas y calles de Quito, y que actualmente es considerado como uno de los mejores grupos de teatro del Ecuador. Por todos estos atractivos que caracterizan a esta ruta turística se ha optado por llamarla “Ruta de Arte y Cultura Urbana de Quito”.

## 5. CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Conclusiones

- Después de analizar al entorno desde el sector público (Municipio y Fundación Museos de la Ciudad) y privado (gestores, actores y artistas involucrados en el arte urbano), se denota que existe un creciente apoyo hacia las iniciativas de arte urbano en la ciudad, así como una creciente emergencia de estas artes, lo cual resulta muy positivo para la ejecución de esta ruta turística, ya que esto significa que el entorno está previamente preparado para recibir este tipo de iniciativas.
- Al realizar el diagnóstico de los atractivos para el diseño de la ruta turística, se observa que hay gran cantidad de murales, tiendas de arte y actividades alternativas, de muy buena calidad, lo cual brinda la oportunidad para la elaboración de varias rutas turísticas de similares características.
- A pesar del deterioro que pueden sufrir los murales por la acción del clima, se tiene la certeza de que continuamente van a haber renovaciones y rehabilitaciones de los murales y con muy buena calidad, entonces este punto no constituye en realidad una debilidad de la ruta si no al contrario una oportunidad de renovarse cada cierto tiempo, lo cual es saludable psicológicamente para el personal encargado de la guianza.
- Al diseñar la ruta turística fue necesario combinar atractivos de diferentes características para que el recorrido no fuera monótono y tampoco exhaustivo, por ello se visitaran murales, tiendas de arte, una obra de teatro y la alimentación será en lugares tradicionales o con alguna relación a estas artes alternativas.
- El arte público al ser desarrollado dentro de las comunidades barriales se representa en la memoria, en el pensamiento y en el accionar de la gente, por esto sería más alentador y lógico que la gente propia del barrio diseñe bajo las características que exige el turismo una ruta turística, en la que ellos sean los intérpretes; y para esto, otro sería el proceso del gestor, por ello no se incluyó a estas iniciativas dentro de este recorrido.
- Al diseñar la ruta turística se ha decidido tener dos momentos en los medios de transporte, uno dentro de la furgoneta y otro en el sector de la Floresta a pie, esto es

con el fin de que los participantes caminen un poco, puedan estirarse, y tener un contacto más directo con la ciudad; en el caso de lluvias o que la gente prefiera seguir en la furgoneta, se seguirá de esa manera.

- Al mirar que el proceso de la ruta turística no cuenta con el suficiente presupuesto como para contratar personal y arrendar una oficina para vender al paquete turístico, se ha decidido comercializar a través de intermediadoras, agencias de viajes, operadoras turísticas, etc.
- Frente a los análisis realizados en el planteamiento del problema se llega a que el segmento de mercado indicado para promocionar la ruta turística es el internacional, ya que el turista extranjero es quien busca vivir este tipo de contacto un poco más directo con la cultura.
- En base a entrevistas se sabe que los medios masivos son quienes llegan de manera más pronta hacia el futuro participante, por ello se ha preferido difundir a esta ruta turística a través de estos medios masivos, como lo son: Fanpage, a través del Facebook; Tripadvisor, en la web a través del explorado de Google. Aunque también habrá promoción física.

## **5.2 Recomendaciones**

- Al realizar el diagnóstico de los murales en Quito, surgió la pregunta acerca de los derechos de autor que debería tener cada mural, esto sería interesante para una futura investigación.
- Ya que existe un continuo incremento de los atractivos en esta temática, sería muy prudente después de un tiempo volver a realizar un diagnóstico con el fin de mejorar cada vez la calidad de la ruta turística de arte urbano.
- A través del diagnóstico también se notó que hay varias posibilidades de rutas turísticas, que pueden ser trabajadas desde los barrios y comunidades, también resultaría interesante realizar un estudio con este tema.
- Ya que el público seleccionado es extranjero sería muy adecuado a que el atractivo de la función de teatro sea complementado con mimo y con carteles de ser necesario, pero que en su mayoría lo gestual y corporal sean fuentes importantes de comunicación dentro de la obra de teatro.

- Con respecto al análisis interno del desenvolvimiento de la ruta turística, se sabe que es muy necesario una buena capacitación hacia el personal encargado de la guianza, ya que no existen guías capacitados en esta temática.
- Debe pensarse muy en serio que el diseño de la ruta, así como los lugares que se han de visitar deben ser rotativos, analizando preferencias a través de encuestas hacia los participantes de la ruta, pero siempre manteniendo la misma temática, para que existan más personas beneficiadas de esta actividad turística.
- Para el turismo nacional debería pensarse en rutas más cortas y dirigidas a escuelas, colegios y universidades.
- Para el éxito de esta ruta turística es necesario que la promoción sea también una herramienta muy fuerte dentro del marketing mix en el mercado y que la información que se transmita a través de la publicidad física: trípticos y folletos entregados a agencias intermediadoras como la promoción que se haga a través de los medios masivos sea muy completa, concisa, directa, abarcadora y muy entendible para el cliente, porque lo que se busca es que llegué a la mayor parte del segmento seleccionado y que tenga acogida.
- Con respecto a la promoción sería necesario tener un seguimiento sobre la acogida que va teniendo en las redes masivas, ya que para posicionar al producto hay que pagar, se necesitaría ir probando con qué cantidad de dinero se tiene más difusión. Establecer cuando hay que difundir más (épocas del año) y cuando menos, es decir por temporadas.

## 6. BIBLIOGRAFIA

### 6.1 Libros

- Amaya Molinar, Carlos Mario. *Relaciones entre el turismo y la cultura: turismo cultural y cultura turística en México y en Colima*. México, EBSCO, 2006.
- Ander Egg, Ezequiel. *Técnicas de Investigación Social*. Buenos Aires, LUMEN, 24ª edición, 1995.
- Auz, Luis Fernando. *Arte Bastardo*. Quito, La virgen de Quito narraciones, 2012.
- Castro Boada, Rubén. *Quito una visión histórica de su Arquitectura*. Quito, Fundación Trama, 1993.
- Chartier, Roger. *El mundo como representación*. Barcelona, Gedisa, 1992.
- Diccionario Jurídico Espasa. Espasa Calpe, Madrid, 1993.
- Edensor, Tim. *Performing Tourist*. London, Sage Publications, 2001.
- Florida, Richard. *La Clase Creativa, La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. New York, Espasa Libros, S.L.U, 2010.
- Florida, Richard. *The Rise of Creative Class*. New York, Basic Books, 2002.
- Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural de Quito, FONSA. *Quito en la obra de... Quitología y Arte Urbano Ecuador Siglo XXI*. Quito, FONSA, 2010.
- García, Néstor. *Los usos sociales del Patrimonio Cultural*. Andalucía, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, 1999.
- Harvey, Dennis. *Flexible Accumulation through Urbanization: Reflections on 'Post-modernism' in the American City*, Amin, A. (ed.), *Post-Fordism: A Reader*. Oxford/Cambridge: Blackwell, 1994.
- Instituto de la Ciudad. *Culturas y política cultural en el DMQ*. Quito, DMQ, 2013.
- Judd, D.R. *Constructing the Tourist Bubble*, 1999.
- Judd, D.R. *El turismo urbano y la geografía de la ciudad*, Instituto de estudios urbanos y territoriales. *Revista Eure n°87, art. 2003*.
- Lloyd, Richard. *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*. Segunda edición, 2010.

- Kingman, Eduardo. *Orden urbano y trajines callejeros*. Quito, FLACSO, 2009.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. *El auténtico libro de las huecas*. Quito, La Selecta: Cooperativa Cultural, 2013.
- Navarro Yáñez, C; Merinero Rodríguez, R; y Díaz Luque, P. *Turismo, escenas culturales y regeneración urbana*. Sevilla. Centro de Sociología y Políticas Locales. Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla. Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Sevilla, 2013.
- Pino, Iván. *A cerca del teatro de la calle*. Editorial Pedro Jorge Vera. Quito, Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamín Carrión, 2002.
- Secretaría de Turismo, SECTUR. *Guía para el diseño y operación de Senderos Interpretativos*. México, D.F, SECTUR, 2004.
- Vera, Santos, Rocío Elizabeth. *El teatro de la calle García Moreno visto desde la comunicación social y la identidad*. Quito, Tesis previa a la obtención del título de Comunicadora Social. Universidad Politécnica Salesiana, 2005.
- Villacampa, Olga. *Consorti de Turisme de les Valls del Montcau*, 2010.

## 6.2 Revistas:

- Anaconda Cultura y Arte, Revista, Quito, 2008.
- Corporación Exalte Producciones, Quito, 2012.
- Instituto de la Ciudad, Culturas y política cultural en el DMQ, Quito, 2013.

## 6.3 Películas y documentales

- Rothmund, Marc. Película *Sophie Scholl*, Alemania, 2005.
- Publicado por Magliano, Marta, 2011. Documental: *La cotidianidad en Cueva de Altamira, una de las mejores colecciones de Arte Rupestre, orígenes del Graffiti*. Internet. <http://graffitis-oei-c50.blogspot.com/2011/11/la-cotidianidad-en-cueva-de-altamira.html>. Acceso: 22-10-2013.

## 6.4 Internet:

- Barrio de La Tola. *BarrioLaTola*. Internet. <http://barriolatola.wordpress.com/category/personajes/el-diablo-ocioso>. Acceso: 12-04-2014.
- Borja, Jordi y Zaida Muxí. El espacio público, ciudad y ciudadanía. Barcelona. Versión digital. Internet. <http://pensarcontemporaneo.files.wordpress.com/2009/06/el-espacio-publicociudad-y-ciudadania-jordi-borja.pdf>. 2000. Acceso: 9.01-2014.
- Caminos de San Roque. *Caminosdesanroque*. Internet. <http://www.caminosdesanroque.com/caminodehoy>. Acceso: 16-04-2014.
- Diario Hoy. *Hoy*. Internet. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-teatro-nacional-sucre-cumple-125-anos-de-historia-566795.htm>. Acceso: 03-03-2014
- El arte urbano como forma de comunicación. *Arteurbanoformacomunicacion*. Internet. <http://arteurbanoformacomunicacion.blogspot.com/>. Acceso: 8-11-2013.
- Definición.DE. *Definición.DE*. Internet. <http://definicion.de/urbano/>. Acceso: 08-11-2013.
- Taller de Teatro Los Perros Callejeros. *Losperroscalejeros*. Internet. <https://www.facebook.com/taller.losperroscalejeros?fref=ts>. Acceso: 06-02-2014.
- Graffitimundo. *Graffitimundo*. Internet <http://www.graffitimundo.com>. Acceso: 22-10-2013.
- Inforural. *Inforural*. Internet. <http://www.inforural.com/turismo/cultural/urbano/>. Acceso: 22-10-2013.
- La Libertad. *Lalibertad*. Internet. <http://libertadsol.blogspot.com/2013/05/arte-urbano-graffiti-y-post-graffiti-en.html>. Acceso: 03-02-2014.
- Lienzos Urbanos. *Lienzos Urbanos*. Internet. <http://lienzosurbanos.wordpress.com/2007/08/28/%C2%BFque-es-graffiti/>. Acceso: 10-11-2013.
- Matriz FODA. *Matrizfoda*. Internet <http://www.matrizfoda.com>. Acceso: 19-04-2014.

- MINCETUR. *MINCETUR*. Internet. <http://www.mincetur.gob.pe>. Perú. Acceso: 22-10-2013.
- Pixel. *Pixel*. Internet. <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>. Acceso: 03-04-2015.
- Quito Eterno. *Quitoeterno*. Internet. <http://www.quitoeterno.com/cgi-bin/wd/?pg=1>. Acceso: 11-04-2014.
- Quito Turismo. *Quito*. Internet. <http://www.quito.com.ec>. Acceso: 3-3-2014.
- Quito Adventure. *Quitoadventure*. Internet. <http://www.quitoadventure.com/>. Acceso: 13-04-2014-
- Street Art London Tours. *Street Art London Tours*. Internet. <http://streetartlondon.co.uk/tours/http://streetartlondon.co.uk/tours/>. Acceso: 22-10-2013.
- Safaris Urbanos. *Safaris Urbanos*. Internet. [http://madridstreetartproject.com/safaris\\_urbanos/](http://madridstreetartproject.com/safaris_urbanos/). Acceso: 22-10-2013.
- Valladolid Web Musical. *Valladolid Web Musical*. Internet. <http://www.valladolidwebmusical.org/graffiti/historia/03antecedentes.html>. Acceso: 24-10-2013.
- Viajandox. *Viajandox*. Internet. <http://www.viajandox.com/cotopaxi/danzante-de-pujili.htm>. Acceso: 29-03-2014.

## 6.5 Entrevistas personales:

- Auz, Luis. Artista y Gestor Cultural. Quito, 2014.
- Carrasco, Diana. Gerente General Quito Tour Bus. Quito, 2014.
- Cote, Camille. Artista Muralista. Quito, 2014.
- Enríquez, Diana. Artista Muralista. Quito, 2014.
- Fierro, Samuel. Gestor Cultural centro de Arte Contemporáneo. Quito, 2014.
- Mafla, Camila. Antropóloga y Fotógrafa. Quito, 2014.
- Quevedo, Mayra. Licenciada en Turismo. Quito, 2014.

- Riofrío, Ignacio. Gestor Cultural. Quito, 2014.
- Robalino, Karina. Artista y Gestora Cultural Al Zurich. Quito, 2014.

## 7. ANEXOS

### Anexo 1: Listado Murales.

<b>Administración</b>	<b>Barrio/Sector</b>	<b>Dirección</b>
Quitumbe	Beaterio	Calle El Beaterio
Quitumbe	Quitumbe	Pared puente Av. Simón Bolívar-San Martín
Eloy Alfaro	Moran Valverde	Av. Moran Valverde y Malvas
Eloy Alfaro	Guajaló	Av. Maldonado y Morán Valverde (puente Guajaló)
Eloy Alfaro	Teniente Hugo Ortiz	Teniente Hugo Ortiz
Eloy Alfaro	Solanda	Parque de la familia
Eloy Alfaro	El Camal	Calvas
Eloy Alfaro	Chimbacalle	Av. Napo y 1ª de Mayo
Manuela Sáenz	Basílica	Parque García Moreno
Manuela Sáenz	Ejido	Av. 10 de Agosto y Atenas
Manuela Sáenz	Larrea	Av. 10 de Agosto y Tarqui
Manuela Sáenz	San Blas	Chile y Valparaíso
Manuela Sáenz	La Alameda	Chile y Valparaíso
Manuela Sáenz	Monjas	Autopista General Rumiñahui
Manuela Sáenz	La Floresta	Toledo y Madrid
Eugenio Espejo	Sta. Clara	Av. 10 de Agosto
Eugenio Espejo	Las Casas	Parque Italia
Eugenio Espejo	Las Casas	Jose Valenti y Diego Martín de Utreras
Eugenio Espejo	Mariana de Jesús	Av. Mariscal Sucre y Mariana de Jesús
Eugenio Espejo	Iñaquito	Av. Amazonas
Eugenio Espejo	Parque La Carolina	Tribuna de la Av. Shyris
Eugenio Espejo	Jipijapa	Av. Gaspar de Villarroel y Av. de los Shyris
Eugenio Espejo	Maldonado	Paso a desnivel de El Labrador
Eugenio Espejo	Comité del Pueblo	Carlos Fontines y Francisco de la Torre

## Anexo 2 Fichas Atractivos: Restaurantes.

FICHA DE ATRACTIVOS											
1. NOMBRE		2. FICHA N°			3. FICHAS ASOCIADAS						
Snack Bar cafetería		1			1		2		3	4	
4. CATEGORÍA		4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO		5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO		5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES
Alimentación		Restaurantes	Comida Tradicional		Conservado		Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna
6. UBICACIÓN Y CLIMA											
6.1 LATITUD	6.2 LONGITUD	6.3 ALTITUD	6.4 ESTACIONALIDAD/PERIODO SECO		6.5 ESTACIONALIDAD PERIODO HUMEDO						
			ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3			
			Todo el año	10-20°	500-600 cm3						
6.6 PROVINCIA		6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS		
Pichincha		Quito	Centro	anto Domingo	Centro				Frente a la parada del trolebus Santo Domingo		
7. ACCESO											
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES			
Terminal Quitumbe	8.1 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	12 minutos				
Terminal Rio Coca	16.3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	25 minutos				
Aeropuerto Mariscal Sucre	47.8 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	49 minutos	Variará de acuerdo al tráfico			
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB			
10:00 a 17:00	Varios	Lunes a domingo	Ninguno	Olga Marina Toaza Velasco	Olga Marina Toaza Velasco	022 285 899					
8. DESCRIPCIÓN											
los dueños de esta cafetería son ambateños por lo que ofrece entre sus comidas más atractivas, al chocolate de Ambato, al pan de Ambato, y variedad de sánduches y bebidas, varias de ellas típicas del Ecuador											
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES											
Ninguno											
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES											
ÉPOCA	TIPO	PROCEDECENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA	CONFORMACIÓN GRUPO				
SEMANA	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
FIN DE SEMANA	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
FERIADO LARGO	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
VACACIONES	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
11. SERVICIOS											
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA			
Si	Ninguna	Ninguna	Si	Ninguna	Ninguna	Letrero	Ninguna	Ninguna			
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.15 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR				
Ninguno	Si	Policia Nacional	Si	Ninguna	Ninguna	Ninguno	Ninguna				
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS								
Si	Si	Efectivo									
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN											
NOMBRE DE LA EMPRESA		ACTIVIDAD	CÓDIGO								
Chinchulines Doña María		Alimentación									
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA											
Ninguno											
14. FUENTES DOCUMENTALES											
El Auténtico libro de las huacas de Quito											

FICHA DE ATRACTIVOS											
1. NOMBRE		2. FICHA N°			3. FICHAS ASOCIADAS						
Panadería y Pastelería de San Juan		5			1		2		3	4	
4. CATEGORÍA		4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO		5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO		5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES
Alimentación		Restaurantes	Comida Tradicional		Conservado		Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna
6. UBICACIÓN Y CLIMA											
6.1 LATITUD	6.2 LONGITUD	6.3 ALTITUD	6.4 ESTACIONALIDAD/PERIODO SECO		6.5 ESTACIONALIDAD PERIODO HUMEDO						
			ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3			
			Todo el año	10-20°	500-600 cm3						
6.6 PROVINCIA		6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS		
Pichincha		Quito	Centro Histórico	La Basílica	Centro	Deñfilio Torre	N13-149	José Ríofrio	Frente al Centro de Arte Contemporáneo		
7. ACCESO											
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES			
Terminal Quitumbe	12.3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	21 min				
Terminal Rio Coca	8.6 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	15 min				
Aeropuerto Mariscal Sucre	42.8 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	3h 4 min	Variará de acuerdo al tráfico			
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB			
9:00 a 19:00	Varios	Lunes a domingo	Ninguno	Manuela Cobo y Gabriela Cobo	Manuela Cobo						
8. DESCRIPCIÓN											
Este restaurante tiene 76 años de vida, esta ubicado en San Juan y ofrece a sus visitantes bocadillos típicos quiteños. El lugar ha sido diseñado para comprar el producto y llevarlo.											
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES											
Ninguno											
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES											
ÉPOCA	TIPO	PROCEDECENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA	CONFORMACIÓN GRUPO				
SEMANA	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
FIN DE SEMANA	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
FERIADO LARGO	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
VACACIONES	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
11. SERVICIOS											
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA			
Si	Ninguna	Ninguna	Si	Ninguna	Ninguna	Letrero	Ninguna	Ninguna			
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.15 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR				
Ninguno	Si	Policia Nacional	Si	Ninguna	Ninguna	Ninguno	Ninguna				
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS								
Si	Si	Efectivo									
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN											
NOMBRE DE LA EMPRESA		ACTIVIDAD	CÓDIGO								
Panadería y Pastelería de San Juan		Alimentación									
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA											
Ninguno											
14. FUENTES DOCUMENTALES											
El Auténtico libro de las huacas de Quito											

FICHA DE ATRACTIVOS									
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS					
Café Spiral				1	2	3	4		
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES	
Acotamientos programados	Restaurante	Café-Restaurante	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna	
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.4 ESTACIONALIDAD/PERIODO SECO			6.5 ESTACIONALIDAD PERIODO HUMEDO						
6.1 LATITUD	6.2 LONGITUD	6.3 ALTITUD	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	
0.210177	78.482.664	2800 m	todo el año	10 a 20°	500-600 cm3	No aplica	No aplica	No aplica	
6.6 PROVINCIA	6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS	
Pichincha	Quito	Belisario Quevedo Quito	Floresta	Norte	Mallorca	N24-266	Guipuzcoa	Cerca al Redondel de la Floresta	
7. ACCESO									
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES	
Terminal Quitumbe	15.7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	25 minutos		
Terminal Río Coca	6.3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	10 minutos	El tiempo variará de acuerdo al tráfico	
Aeropuerto Mariscal Sucre	41.7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	47 minutos		
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB	
8:00 a 22:00 01:00	8:00 a 1:00 Varios	De lunes a jueves. Viernes. Sábados	Ninguno	Janet Rocanova	Janet Rocanova	022 227 770	amko@cafespiral.com	https://www.facebook.com/cafespiralquito?fref=ts	
8. DESCRIPCIÓN									
Es un café cultural, con programación variada: club de lectura, arte, artesanía, charlas, poesía, video y documentales, una noche de micrófono abierto, música en vivo: jazz, blues, folklore									
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES									
Programación variada como lectura, charlas y poesía, videos y documentales, micrófono abierto y música en vivo									
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES									
ÉPOCA	TIPO	PROCEDENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA	CONFORMACIÓN GRUPO		
SEMANA	X	Nacional, Internacional	17 a 80 años	Mujeres, hombres	Propio, público, taxi	1 hora			
FIN DE SEMANA	X	Nacional, Internacional	17 a 80 años	Mujeres, hombres	Propio, público, taxi	1 hora			
FERIADO LARGO	X	Nacional, Internacional	17 a 80 años	Mujeres, hombres	Propio, público, taxi	1 hora			
VACACIONES	Ninguna	Ninguna	17 a 80 años	Mujeres, hombres	Propio, público, taxi	1 hora			
11. SERVICIOS									
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA	
Si	Si	Ninguna	Si	Si	Si	Letrero	Ninguna	Ninguna	
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.15 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR		
Letreros	Si	Policia Nacional	Si	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Si	Si	
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS						
Si	Si	Si							
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN									
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO							
Café Spiral	Restaurante								
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA									
Ninguno									
14. FUENTES DOCUMENTALES									
Fotografía, Medios masivos: Facebook.									

FICHA DE ATRACTIVOS									
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS					
Café Cleta Bicicleta				1	2	3	4		
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES	
Acotamientos programados	Restaurante	Café-Restaurante	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna	
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.4 ESTACIONALIDAD/PERIODO SECO			6.5 ESTACIONALIDAD PERIODO HUMEDO						
6.1 LATITUD	6.2 LONGITUD	6.3 ALTITUD	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	
0.210177	78.482.664	2800 m	todo el año	10 a 20°	500-600 cm3	No aplica	No aplica	No aplica	
6.6 PROVINCIA	6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS	
Pichincha	Quito	Belisario Quevedo Quito	Floresta	Norte	Lugo	N24-250	Guipuzcoa	Cerca al Redondel de la Floresta	
7. ACCESO									
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES	
Terminal Quitumbe	15.7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	25 minutos		
Terminal Río Coca	6.3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	10 minutos	El tiempo variará de acuerdo al tráfico	
Aeropuerto Mariscal Sucre	41.7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	47 minutos		
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB	
8:00 a 22:00 01:00	8:00 a 1:00 Varios	De lunes a jueves. Viernes. Sábados	Ninguno	Cristian Medrano	Cristian Medrano		cletabicycafe@gmail.com	https://www.facebook.com/facletabicycafe/about	
8. DESCRIPCIÓN									
Es un café que tiene como temática el apoyo al andar en bicicleta, por ello se reúnen allí personas relacionadas con este tema y también artistas. De ahí en sus cartas ofrecen una amplia variedad de comidas y bebidas, por las noches suelen presentar música en vivo.									
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES									
Música en vivo									
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES									
ÉPOCA	TIPO	PROCEDENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA	CONFORMACIÓN GRUPO		
SEMANA	X	Nacional, Internacional	17 a 50 años	Mujeres, hombres	Propio, público, taxi	1 hora			
FIN DE SEMANA	X	Nacional, Internacional	17 a 50 años	Mujeres, hombres	Propio, público, taxi	1 hora			
FERIADO LARGO	X	Nacional, Internacional	17 a 50 años	Mujeres, hombres	Propio, público, taxi	1 hora			
VACACIONES	Ninguna	Ninguna	17 a 50 años	Mujeres, hombres	Propio, público, taxi	1 hora			
11. SERVICIOS									
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA	
Si	Si	Ninguna	Si	Si	Si	Letrero	Ninguna	Ninguna	
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.15 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR		
Letreros	Si	Policia Nacional	Si	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Si	Si	
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS						
Si	Si	Si							
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN									
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO							
Cleta Bici Café	Cafeteral								
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA									
Ninguno									
14. FUENTES DOCUMENTALES									
Fotografía, Medios masivos: Facebook.									

FICHA DE ATRACTIVOS									
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS					
Heladería San Agustín									
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES	
Industria Alimenticia	Restaurante	Helados	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.4 ESTACIONALIDAD/PERIODO SECO			6.5 ESTAFACIONALIDAD PERIODO HUMEDO						
6.1 LATITUD	6.2 LONGITUD	6.3 ALTITUD	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	
0.210177	78.482.664	2800 m	Todo el año	10°-20°	500-600 cm3				
6.6 PROVINCIA	6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS	
Pichincha	Quito	Centro Histórico	San Agustín	Centro	Guayaquil	N5-59	Entre Mejía y Chile	Centro Histórico	
7. ACCESO									
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES	
Terminal Quitumbe	12,5 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	18 minutos	El tiempo variará de acuerdo al tráfico	
Terminal Río Coca	9 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	16 minutos		
Aeropuerto Mariscal Sucre	43 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	43 minutos		
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB	
9:00 a 19:00	varios	lunes a viernes	Ninguno	Yolanda Álvarez Andino	Andrés Chaguaro	02 222 6512 / 09 9992 0949	ventas@fuesreclado.com	<a href="http://www.fuesreclado.com/">http://www.fuesreclado.com/</a>	
8. DESCRIPCIÓN									
La Heladería de San Agustín tiene 153 años de vida, y guarda la tradición de la realización de los helados de paila, actualmente las especialidades del lugar se han multiplicado, ofrecen ceviches, seco de chivo, pucheros (sopa con 7 carnes y peras), sándwiches de panil.									
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES									
Ninguno									
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES									
ÉPOCA	TIPO	PROCEDENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA		CONFORMACIÓN GRUPO	
SEMANA	x	Nacional	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Taxi, bus	1 hora		Ninguna	
FIN DE SEMANA	x	Nacional	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Taxi, bus	45 minutos		Ninguna	
FERIADO LARGO	x	Nacional	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Taxi, bus	45 minutos		Ninguna	
VACACIONES	x	Nacional	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Taxi, bus	45 minutos		Ninguna	
11. SERVICIOS									
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA	
Público	Si	Ninguna	Si	Ninguna	Ninguno	Letrero	Ninguno	Ninguna	
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR			
Letreos	Si	Si	Policia Nacional	Ninguna	Ninguno	Ninguno			
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS						
Si	Si	Si							
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN									
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO							
Heladería San Agustín	Alimentación								
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA									
Tiene capacidad para 15 personas									
14. FUENTES DOCUMENTALES									
Fotografía, Google map, Facebook									

FICHA DE ATRACTIVOS									
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS					
Queso Te Sirva									
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES	
Restaurante		Café-Restaurante	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna	
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.4 ESTACIONALIDAD/PERIODO SECO			6.5 ESTAFACIONALIDAD PERIODO HUMEDO						
6.1 LATITUD	6.2 LONGITUD	6.3 ALTITUD	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	
0.210177	78.482.664	2800 m	todo el año	10 a 20°	500-600 cm3	No aplica	No aplica	No aplica	
6.6 PROVINCIA	6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS	
Pichincha	Quito	Belisario Quevedo Quito	Colón	Norte	Av. 6 de Diciembre	N25-19	Av. Colón	Junto al KFC, segundo piso	
7. ACCESO									
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES	
Terminal Quitumbe	15,7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	25 minutos	El tiempo variará de acuerdo al tráfico	
Terminal Río Coca	6,3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	10 minutos		
Aeropuerto Mariscal Sucre	41,7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	47 minutos		
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB	
8:00 a 22:00 01:00	8:00 a 1:00 Varios	De lunes a jueves. Viernes. Sábados	Ninguno	David Cadena	David Cadena	0992 779 812	queso.tesirva@facebook.co	<a href="https://www.facebook.com/queso.tesirva/about">https://www.facebook.com/queso.tesirva/about</a>	
8. DESCRIPCIÓN									
Es un café que tiene como temática al graffiti, todas sus paredes están pintadas por reconocidos artistas quiteños y extranjeros también, frecuentemente organizamos exposiciones, fiestas y talleres. Su restaurante funciona a partir de las 12 y presente una variedad de platos, vegeterianos y carnicos.									
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES									
Programación variada como lectura, charlas y poesía, videos y documentales, microfono abierto y música en vivo									
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES									
ÉPOCA	TIPO	PROCEDENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA		CONFORMACIÓN GRUPO	
SEMANA	X	Nacional, Internacional	20 a 40 años	Mujeres, hombres	Propio, público, taxi	1 hora			
FIN DE SEMANA	X	Nacional, Internacional	20 a 40 años	Mujeres, hombres	Propio, público, taxi	1 hora			
FERIADO LARGO	X								
VACACIONES	Ninguna								
11. SERVICIOS									
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA	
público	Si	Ninguna	Si	Ninguna	Si	Letrero	Ninguna	Ninguna	
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR			
Letreos	si	Policia Nacional	Si	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Si	Si	
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS						
Si	Si	Si							
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN									
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO							
Queso Te Sirva	Restaurante								
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA									
No hay parqueadero									
14. FUENTES DOCUMENTALES									
Fotografía, Medios masivos: Facebook.									

FICHA DE ATRACTIVOS											
1. NOMBRE		2. FICHA N°			3. FICHAS ASOCIADAS						
Las colaciones de la cruz verde											
					5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO		5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO		5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES				
Industria Alimenticia	Restaurante	para llevar	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna				
6. UBICACIÓN Y CLIMA											
6.4 ESTACIONALIDAD/PERIODO SECO			6.5 ESTACIONALIDAD PERIODO HÚMEDO								
6.1 LATITUD	6.2 LONGITUD	6.3 ALTITUD	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3			
0.210663	78.482.415	2800 m	todas	10-20°	500-600 cm3						
6.6 PROVINCIA	6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS			
Pichincha	Quito	Centro Histórico	San Francisco	Centro	Bolívar	0e8-117	Chimborazo	Cerca Iglesia San Francisco			
7. ACCESO											
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES			
Terminal Quitumbe	10.4 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	17 minutos				
Terminal Río Coca	9.3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	16 minutos	El tiempo variará de acuerdo al tráfico			
Aeropuerto Mariscal Sucre	40.9 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	45 minutos				
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB			
7:00	varios	Lunes a domingo	Ninguno	Luis Marcelo Banda	Luis Marcelo Banda	099 871 2831	luismarcelo.artedopos@pichincha.com	luismarcelo.artedopos@facebook.com			
Este negocio tiene 93 años de vida y ha sido una tradición familiar, puede verse la preparación de las colaciones, el espacio a penas alcanza para la elaboración de las colaciones, por ello todo lo que se compra es para llevar.											
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES											
Ninguna.											
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES											
ÉPOCA	TIPO	PROCEDENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA	CONFORMACIÓN GRUPO				
SEMANA	x	Nacional	6 a 80 años	Mujeres, Hombres	taxi, buses	10 minutos					
FIN DE SEMANA	x	Nacional	6 a 80 años	Mujeres, Hombres	taxi, buses	10 minutos					
FERIADO LARGO	x	Nacional	6 a 80 años	Mujeres, Hombres	taxi, buses	10 minutos					
VACACIONES	x	Nacional	6 a 80 años	Mujeres, Hombres	taxi, buses	10 minutos					
11. SERVICIOS											
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA			
Si	Si	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Letrero	Ninguna	Ninguna			
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR	11.18 TELEFONO PÚBLICO				
No	Si	Si	Policia Nacional	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Si				
11.18 TELEFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS								
Si	Si	Si									
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN											
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO									
Colaciones de la Cruz Verde	Alimentación										
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA											
Solo es para llevar											

FICHA DE ATRACTIVOS											
1. NOMBRE		2. FICHA N°			3. FICHAS ASOCIADAS						
El Huequito											
					5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO		5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO		5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES				
Alimentación	Restaurantes	Comida Tradicional	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna				
6. UBICACIÓN Y CLIMA											
6.4 ESTACIONALIDAD/PERIODO SECO			6.5 ESTACIONALIDAD PERIODO HÚMEDO								
6.1 LATITUD	6.2 LONGITUD	6.3 ALTITUD	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3			
			Todo el año	10-20°	500-600 cm3						
6.6 PROVINCIA	6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS			
Pichincha	Quito	Centro Histórico	La Basílica	Centro	Venezuela N12-35	N12-35		Bajo la Basílica			
7. ACCESO											
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES			
Terminal Quitumbe	12.3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	21 min				
Terminal Río Coca	8.6 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	15 min				
Aeropuerto Mariscal Sucre	42.8 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	1h 4 min	Variará de acuerdo al tráfico			
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB			
9:00 a 19:00	Varios	Lunes a domingo	Ninguno	Mónica Moreno	Mónica Moreno						
Este restaurante tiene 52 años de vida, se caracteriza por su tradicional plato estrella el Caldo de 31, a demás ofrece una variedad de platos típicos ecuatorianos.											
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES											
Ninguno											
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES											
ÉPOCA	TIPO	PROCEDENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA	CONFORMACIÓN GRUPO				
SEMANA	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
FIN DE SEMANA	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
FERIADO LARGO	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
VACACIONES	x	Nacionales	7 a 70 años	Mujeres-hombres	Público, taxi	20 minutos					
11. SERVICIOS											
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA			
Si	Ninguna	Ninguna	Si	Ninguna	Ninguna	Letrero	Ninguna	Ninguna			
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR	11.18 TELEFONO PÚBLICO				
Ninguno	Si	Policia Nacional	Si	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna				
11.18 TELEFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS								
Si	Si	Efectivo									
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN											
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO									
Panadería y Pastelería de San Juan	Alimentación										
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA											
Ninguno											
14. FUENTES DOCUMENTALES											
El Auténtico libro de las huecas de Quito											

### Anexo 3: Fichas Tiendas de Arte.

FICHA DE ATRACTIVOS									
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS					
La Tienda del CAC		4		1	2		3		
4. CATEGORÍA		4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES
Realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas		Arte objeto	Tienda de arte	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.1 LATITUD			6.2 LONGITUD			6.3 ALTITUD			
6.4 ESTACIONALIDAD/PERÍODO SECO			6.5 ESTAFACIONALIDAD PERÍODO HÚMEDO						
ÉPOCA			TEMPERATURA MEDIA			PRECIPITACIÓN CM3			
Todo el año			10-20°			500-600 cm3			
6.6 PROVINCIA		6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS
Pichincha		Quito	Belsario Quevedo	Basilica	Centro	Montevideo		Luis Dávila	
7. ACCESO									
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES	
Terminal Quitumbe	12.3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	21 min		
Terminal Rio Coca	8.6km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	15 min		
Aeropuerto Mariscal Sucre	42.8 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	1h 4 min	Variará de acuerdo al tráfico	
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB	
10:00 a 17:00	Varios	Martes a domingo	Ninguno	Centro de Arte Contemporáneo	Salvador Kingman	022 285 899		<a href="https://www.facebook.com/tienda.cac?fref=ts">https://www.facebook.com/tienda.cac?fref=ts</a>	
8. DESCRIPCIÓN									
o, su apertura fue hace más de dos años, la intención es la de promover el arte ecuatoriano y el arte objeto principalmente, es por esto que esta tienda tiene toda clase de objetos artísticos que van desde artículo									
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES									
Por épocas se abren cursos de manualidades y arte									
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES									
ÉPOCA	TIPO	PROCEDENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA	CONFORMACIÓN GRUPO		
SEMANA	x	varios	18-50 años	Mujeres-hombres	Turismo, público, taxi	15 minutos			
FIN DE SEMANA	x	varios	18-50 años	Mujeres-hombres	Turismo, público, taxi	15 minutos			
FERIADO LARGO	ninguna								
VACACIONES	ninguna								
11. SERVICIOS									
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERIAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA	
Si	Ninguna	Ninguna	Si	Si	Ninguna	Ninguna	Si	Ninguna	
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR			
Si	Si	Si	Policía Nacional	Ninguna	Ninguna	Si	Ninguna		
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS						
Si	Si	Si							
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN									
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO							
Tienda del CAC	Venta								
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA									
Ninguno									
14. FUENTES DOCUMENTALES									
Facebook									

FICHA DE ATRACTIVOS								
1. NOMBRE		2. FICHA N°	3. FICHAS ASOCIADAS					
Fui Reciclado		2	1	3	4			
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES
Realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas	Arte Objeto	Tienda de Arte	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno
6. UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1 LATITUD			6.2 LONGITUD			6.3 ALTITUD		
0.210177			78.482.664			2800 m		
6.4 ESTACIONALIDAD/PERÍODO SECO		6.5 ESTACIONALIDAD PERÍODO HÚMEDO						
ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACION CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACION CM3			
Todo el año	10°-20°	500-600 cm3						
6.6 PROVINCIA	6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS
Pichincha	Quito	Belisario Quevedo	Floresta	Norte	Guipuzcoa	E14104	Coruña	Cerca al redondel de la Floresta
7. ACCESO								
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES
Terminal Quitumbe	15.7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	25 minutos	El tiempo variará de acuerdo al tráfico
Terminal Rio Coca	6.3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	10 minutos	
Aeropuerto Mariscal Sucre	40.8 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	47 minutos	
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB
9:00 a 19:00	varios	lunes a viernes	Ninguno	Antonio Portilla	Antonio Portilla	02 222 6512 / 09 9992 0949	ventas@fuireciclado.com	<a href="http://www.fuireciclado.com/">http://www.fuireciclado.com/</a>
8. DESCRIPCIÓN								
Fui es una tienda que ofrece productos realizados en base a la reutilización de lonas de vallas publicitarias, entre los objetos que veden están: monederos, billeteras, carteras, bolsos, estuches para computadores, cojines, muñecos, aretes, pulseras. también apoyan la venta de productos de otros artistas, realizados así mismo e base al reciclaje de papel, plásticos, discos, cds, etc.								
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES								
Ofrecen visitas guiadas a centros educativos, escuelas, colegios, universidades, en donde muestran el proceso de manufacturación de sus productos								
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES								
ÉPOCA	TIPO	PROCEDENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA	CONFORMACIÓN GRUPO	
SEMANA	x	Escuelas, colegios, universidades	7-25 años	Mujeres-hombres	Transporte propio, Bus	1 hora	si	
FIN DE SEMANA	x	Varios	20-50 años	Mujeres-hombres	Taxi, bus	45 minutos	si	
FERIADO LARGO	x	Varios	20-50 años	Mujeres-hombres	Taxi, bus	45 minutos	Ninguna	
VACACIONES	x	Varios	20-50 años	Mujeres-hombres	Taxi, bus	45 minutos	Ninguna	
11. SERVICIOS								
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA
Si	Ninguna	Ninguna	Si	Si	Por temporadas	Ninguna	Si	Ninguna
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR		
Letreros	Si	Si	Policia Nacional	Ninguna	Ninguna	Si		
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS					
Si	Si	Si						
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN								
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO						
Fui Reciclaje	Venta							
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA								
Ninguno								
14. FUENTES DOCUMENTALES								
Fotografía, Google map, Facebook								

FICHA DE ATRACTIVOS									
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS					
La Caprichosa		1		1	2		3		
4. CATEGORÍA		4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES
Realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas		Arte objeto	Tienda de arte	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.1 LATITUD			6.2 LONGITUD			6.3 ALTITUD			
0.210177			78.482.664			2800 m			
6.4 ESTACIONALIDAD/PERÍODO SECO			6.5 ESTACIONALIDAD PERÍODO HÚMEDO						
ÉPOCA			TEMPERATURA MEDIA			PRECIPITACIÓN CM3			
todo el año			10 a 20°			500-600 cm3			
6.6 PROVINCIA		6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS
Pichincha		Quito	Benigno Cuevevo	Floresta	Norte	Guipuzcoa		Coruña	Cerca al redondeo de la Floresta
7. ACCESO									
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES	
Terminal Quitumbe	15.7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	25 minutos		
Terminal Río Coca	6.3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	10 minutos	El tiempo variará de acuerdo al tráfico	
Aeropuerto Mariscal Sucre	41.7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	47 minutos		
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB	
10: 30 a 13: 30 y 14: 30 a 18: 30	Varios	De lunes a domingo	Ninguno	Silvia Vinos	Silvia Vinos	098 130 4409		<a href="https://www.facebook.com/LaCaprichosaTienda">https://www.facebook.com/LaCaprichosaTienda</a>	
8. DESCRIPCIÓN									
La Caprichosa tienda de arte ofrece una amplia gama de productos artísticos, desde accesorios, adornos para el hogar, vestimenta, bolsos, cuadros,									
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES									
Los días miércoles en la noche, la tienda La Caprichosa presenta una función de magia, con un valor de 15 dólares, capacidad para 15 personas.									
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES									
ÉPOCA	TIPO	PROCEDENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE	ESTANCIA MEDIA	CONFORMACIÓN GRUPO		
SEMANA	X	varios	20-40 años	Mujeres	propio-bus				
FIN DE SEMANA	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna				
FERIADO LARGO	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna				
VACACIONES	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna				
11. SERVICIOS									
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERIAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA	
Si	Ninguna	Ninguna	Si	Si	Ninguna	Ninguna	Si	Ninguna	
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR			
Letrero exterior	Ninguna	Si	Policía Nacional	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Si	Si	
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS						
Si	Si	Si							
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN									
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO							
La Caprichosa	Venta								
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA									
Ninguno									
14. FUENTES DOCUMENTALES									
Fotografía, Medios masivos: Facebook.									

FICHA DE ATRACTIVOS								
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS				
Chucherías Arte Objeto		3		1	2		4	
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES
Realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas	Arte Objeto	Tienda de Arte	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna
6. UBICACIÓN Y CLIMA								
6.1 LATITUD			6.2 LONGITUD			6.3 ALTITUD		
0.210663			78.482.415			2800 m		
6.4 ESTACIONALIDAD/PERÍODO SECO				6.5 ESTACIONALIDAD PERÍODO HÚMEDO				
ÉPOCA		TEMPERATURA MEDIA		PRECIPITACION CM3		ÉPOCA		TEMPERATURA MEDIA
todas		10-20°		500-600 cm3				
6.6 PROVINCIA	6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS
Pichincha	Quito	Belisario Quevedo	La Floresta	Norte	Rafael León Larrea	N24-58	Entre Coruna y Vizcaya	Cerca al redondel de la Floresta
7. ACCESO								
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES
Terminal Quitumbe	15.7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	25 minutos	El tiempo variará de acuerdo al tráfico
Terminal Río Coca	6.3 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	10 minutos	
Aeropuerto Mariscal Sucre	40.8 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	47 minutos	
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB
14:30 a 18:30. 10:30 a 14:30.	varios	lunes a viernes sábados	Ninguno	Alexandra Moshenek	Alexandra Moshenek	099 871 2831	chucherias.arteobjeto@gmail.com	chucherias.arteobjeto@facebook.com
8. DESCRIPCIÓN								
Chucherías Arte Objeto, muestra a sus clientes productos artísticos utilitarios, tiene una amplia variedad: accesorios, aretes, binchas, agendas, papel mashe, juguetes de madera, arte en vidrio, objetos par el hogar, ropa y zapatos con diseños muy originales, realizados pro artistas ecuatorianos.								
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES								
Ninguna.								
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES								
ÉPOCA	TIPO	PROCEDECENCIA	EDAD	GÉNERO	MEDIO DE TRANSPORTE		ESTANCIA MEDIA	CONFORMACIÓN GRUPO
SEMANA	x	Escuelas, colegios, universidades	7-25 años	Hombres-mujeres	Transporte propio, buses		45 minutos	
FIN DE SEMANA	x	Varios	20-50 años	Hombre-mujeres	taxis, buses		30 minutos	
FERIADO LARGO	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna		Ninguna	
VACACIONES	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna		Ninguna	
11. SERVICIOS								
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERIAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA
Si	Ninguna	Ninguna	Si	Si	Ninguno	Letrero	Ninguna	Ninguna
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS		11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR	
No	Ninguna	Si	Policia Nacional	Ninguna	Ninguna	Ninguna	si	Si
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS					
Si	Si	Si						
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN								
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO						
Chucherías Arye Objeto	Venta							
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA								
Ninguno								
14. FUENTES DOCUMENTALES								
Fotografía, facebook								

## Anexo 4: Ficha Obra de Teatro

FICHA DE ATRATIVOS																										
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS																						
Los Perros Callejeros		1																								
<b>4. CATEGORÍA</b>		<b>4.1 TIPO</b>		<b>4.2 SUBTIPO</b>		<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	<b>5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b>	<b>5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO</b>	<b>5.3 FECHA DE DECLARACIÓN</b>	<b>5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA</b>	<b>OBSERVACIONES</b>															
Realizaciones técnica, científicas y artísticas contemporáneas		Teatro		Teatro		Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna															
6. UBICACIÓN Y CLIMA																										
6.1 LATITUD			6.2 LONGITUD			6.3 ALTITUD			6.4 ESTACIONALIDAD/PERÍODO SECO			6.5 ESTACIONALIDAD PERÍODO HÚMEDO														
0,210177			78,482,664			2820 m			EPOCA			TEMPERATURA MEDIA			PRECIPITACIÓN CM3			EPOCA			TEMPERATURA MEDIA			PRECIPITACIÓN		
6.6 PROVINCIA			6.7 CANTÓN			6.8 PARROQUIA			6.9 SECTOR			6.10 ZONA			6.11 CALLE			6.12 N°			6.13 TRANSVERSAL			OTRAS REFERENCIAS		
Pichincha			Quito			Centro Histórico			Plaza del Teatro			Centro			Manabí			267			Flores			Plaza del Teatro		
7. ACCESO																										
<b>7.1 DESDE</b>		<b>7.2 DISTANCIA</b>		<b>7.3 TIPO DE</b>		<b>7.4 SUBTIPO</b>		<b>7.5 ESTADO</b>		<b>7.6 TRANSPORTE</b>		<b>7.7 FRECUENCIA</b>		<b>7.8 TIEMPO</b>		<b>7.9 OBSERVACIONES</b>										
Terminal Quitumbe		11.9 km		Asfaltada		Avenida Principal		Conservado		Público, taxi		Cada 15 minutos		19 minutos		El tiempo variará de acuerdo al tráfico										
Terminal Río Coca		9.2 km		Asfaltada		Avenida Principal		Conservado		Público, taxi		Cada 15 minutos		15 minutos												
Aeropuerto Mariscal Sucre		58.6 km		Asfaltada		Avenida Principal		Conservado		Público, taxi		Cada 15 minutos		54 minutos												
<b>7.10 HORARIO DE INGRESO</b>		<b>7.11 PRECIOS</b>		<b>7.12 ÉPOCA DE VISITA</b>		<b>7.13 REQUISITOS DE INGRESO</b>		<b>7.14 PROPIETARIO</b>		<b>7.15 PERSONA DE CONTACTO</b>		<b>7.16 TELÉFONO</b>		<b>7.17 CORREO ELECTRÓNICO</b>		<b>7.18 PÁGINA WEB</b>										
A fijar		Varios		Cita previa		Ninguno		Héctor Cisneros Director		Lourdes Ruales Coordinadora		0997 753 179 004 022 285 119		0998 872 <a href="mailto:egaltecorp@gmail.com">egaltecorp@gmail.com</a>		<a href="https://www.facebook.com/queso.tesirva/about">https://www.facebook.com/queso.tesirva/about</a>										
8. DESCRIPCIÓN																										
Los Perros Callejeros es un grupo de teatro quiteño que inició en 1992, Tienen 20 años de experiencia en eventos como: festivales nacionales e internacionales, actos de entretenimiento masivo y fiestas populares en todo el Ecuador. En sus funciones fusionan el teatro, la música, la literatura, la pintura, el baile, la acrobacia.																										
9. ACTIVIDADES TURÍSTICAS RECREATIVAS ACTUALES																										
Los perros callejeros tiene cuatro repertorios para el público que son: El Casorio, La Bailada, La Comedia Criolla y la Compañsa.																										
10. TIPO DE PÚBLICO/ CLIENTE/ VISITANTES																										
<b>ÉPOCA</b>		<b>TIPO</b>		<b>PROCEDENCIA</b>		<b>EDAD</b>		<b>GÉNERO</b>		<b>MEDIO DE TRANSPORTE</b>		<b>ESTANCIA MEDIA</b>		<b>CONFORMACIÓN GRUPO</b>												
SEMANA		X		Nacional, internacio		Varias		Mujeres, hombres		Propio, público, taxi		1 hora														
FIN DE SEMANA		X		Nacional, internacio		Varias		Mujeres, hombres		Propio, público, taxi		1 hora														
FERIADO LARGO		X		Nacional, internacio		Varias		Mujeres, hombres		Propio, público, taxi		1 hora														
VACACIONES		X		Nacional, internacio		Varias		Mujeres, hombres		Propio, público, taxi		1 hora														
11. SERVICIOS																										
<b>11.1 ESTACIONAMIENTO</b>		<b>11.2 ALIMENTACIÓN</b>		<b>11.3 ALOJAMIENTO</b>		<b>11.4 BATERÍAS SANITARIAS</b>		<b>11.5 VISITAS GUIADAS</b>		<b>11.6 TALLERES</b>		<b>11.7 SEÑALIZACIÓN</b>		<b>11.8 RUTAS AUTO GUIADAS</b>		<b>11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA</b>										
Público		Ninguna		Ninguna		Si		Ninguna		Ninguna		Letrero		Ninguna		Ninguna										
<b>11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA</b>		<b>11.11 CONTENEDORES DE BASURA</b>		<b>11.12 SEGURIDAD</b>		<b>11.13 MANTENIMIENTO</b>		<b>11.14 ALQUILER EQUIPOS</b>		<b>11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS</b>		<b>11.17 VENTA SOUVENIR</b>														
Letreros		Si		Policia Nacional		Si		Ninguna		Si		Si				Si										
<b>11.18 TELÉFONO PÚBLICO</b>		<b>11.19 COBERTURA CELULAR</b>		<b>11.20 FORMAS DE PAGO</b>		<b>11.21 OTROS</b>																				
Si		Si		Si																						
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN																										
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>		<b>ACTIVIDAD</b>		<b>CÓDIGO</b>																						
Perros Callejeros		Teatro																								
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA																										
Es costoso																										
14. FUENTES DOCUMENTALES																										
Fotografía, Medios masivos: Facebook.																										
OBSERVACIONES																										
Los horarios de las funciones están abiertos para fijarse de acuerdo a las necesidades de los turistas																										

### Anexo 5: Fichas Murales.

FICHA DE ATRACTIVOS									
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS					
Mural de Chiriyacu		7		5		6		8	
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES	
Realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas	Arte Urbano	Muralismo	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno		
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.4 ESTACIONALIDAD/PERÍODO SECO					6.5 ESTACIONALIDAD PERÍODO HÚMEDO				
6.1 LATITUD	6.2 LONGITUD	6.3 ALTITUD	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACIÓN CM3	
			todo el año	10-20°	500-600 cm3				
6.6 PROVINCIA	6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS	
Pichincha	Quito		Chiriyacu	Sur	Alamor			Gualberto Pérez	Traf Centro Comercial Chiriyacu
7. ACCESO									
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES	
Terminal Quitumbe	8.5 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, Taxi	Cada 15 minutos	13 minutos	El tiempo variará de acuerdo al tráfico	
Terminal Río Coca	13 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, Taxi	Cada 15 minutos	20 minutos		
Aeropuerto Mariscal Sucre	47 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, Taxi	Cada 15 minutos	57 minutos		
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB	
Preferible en el día	Ninguno	Todo el año	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	flujosurbanos.wordpress.com	
8. DESCRIPCIÓN									
Flujos Urbanos es una iniciativa del DMQ que a través de la Fundación Museos de la Ciudad y el Centro de Arte Contemporáneo plantea trabajar con artistas y colectivos en la realización de murales de mediano y gran formato en diferentes puntos de la ciudad, para generar así, un circuito de arte visual en el espacio público.									
11. SERVICIOS									
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERIAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA	
Si	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Si	Ninguna	Si	Ninguna	Ninguna	
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS		11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR		
Señalización peatonal	Si	Policía Nacional	Municipal	Ninguna		Si	Ninguna		
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS						
Si	Si	Ninguna							
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN									
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO							
Flujos Urbanos	Arte Urbano								
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA									
Deterioro por el tiempo y el clima									
14. FUENTES DOCUMENTALES									
Fotografía, Periódico, medios masivos: facebook									

FICHA DE ATRACTIVOS									
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS					
Mural de San Diego		5		6		7			
4. CATEGORÍA		4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES
Realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas		Arte Urbano	Muralismo	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.1 LATITUD			6.2 LONGITUD			6.3 ALTITUD			
0.215091			78.517.399			todo el año			
6.4 ESTACIONALIDAD/PERÍODO SECO		6.5 ESTACIONALIDAD PERÍODO HÚMEDO							
ÉPOCA		TEMPERATURA MEDIA		PRECIPITACION CM3		ÉPOCA		TEMPERATURA MEDIA	
10-20°		500-600 cm3							
6.6 PROVINCIA		6.7 CANTÓN		6.8 PARROQUIA		6.9 SECTOR		6.10 ZONA	
Pichincha		Quito		Eugenio Espejo		San Diego		Centro	
6.11 CALLE		6.12 N°		6.13 TRANSVERSAL		OTRAS REFERENCIAS			
Av. Mariscal Sucre						Tunel de San Diego			
7. ACCESO									
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES	
Terminal Quitumbe	12.1 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	20 minutos		
Terminal Río Coca	9.8 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	16 minutos	El tiempo variará de acuerdo al tráfico	
Aeropuerto Mariscal Sucre	45.1km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	54 minutos		
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB	
preferible en el día	sin precio	Todo el año	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	flujosurbanos.wordpress.com	
8. DESCRIPCIÓN									
Flujos Urbanos es una iniciativa del DMQ que a través de la Fundación Museos de la Ciudad y el Centro de Arte Contemporáneo plantea trabajar con artistas y colectivos en la realización de murales de mediano y gran formato en diferentes puntos de la ciudad, para generar así, un circuito de arte visual en el espacio público.									
11. SERVICIOS									
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA	
Si	Ninguna	Ninguna	Si	Si	Ninguna	Ninguna	Si	Ninguna	
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR			
Ninguna	Ninguna	Si	Policía Nacional	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Ninguna	Si	
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS						
Si	Si	Ninguna							
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN									
NOMBRE DE LA EMPRESA		ACTIVIDAD		CÓDIGO					
Flujos Urbano		Arte Urbano		Ninguna					
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA									
Posible deterioro del mural, debido a la acción del clima									
14. FUENTES DOCUMENTALES									
Fotografía, Facebook									

FICHA DE ATRACTIVOS								
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS				
Mural del CAC		6		5		7		8
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES
Realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas	Arte Urbano	Muralismo	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna
6. UBICACIÓN Y CLIMA								
			6.4 ESTACIONALIDAD/PERÍODO SECO			6.5 ESTACIONALIDAD PERÍODO HÚMEDO		
6.1 LATITUD	6.2 LONGITUD	6.3 ALTITUD	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACION CM3	ÉPOCA	TEMPERATURA MEDIA	PRECIPITACION CM3
			todo el año	10-20°	500-600 CM3			
6.6 PROVINCIA	6.7 CANTÓN	6.8 PARROQUIA	6.9 SECTOR	6.10 ZONA	6.11 CALLE	6.12 N°	6.13 TRANSVERSAL	OTRAS REFERENCIAS
Pichincha	Quito	San Juan	Basilica	Centro	Dávila			CAC
7. ACCESO								
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES
Terminal Quitumbe	12.2 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	20 min	El tiempo variará de acuerdo al tráfico
Termina Río Coca	8.5 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	14 min	
Aeropuerto Mariscal Sucre	45.7 km	Asfaltada	Avenida Principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	50 min	
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB
preferible en el día	Ninguno	Todo el año	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	flujosurbanos.wordpress.com
8. DESCRIPCIÓN								
Flujos Urbanos es una iniciativa del DMQ que a través de la Fundación Museos de la Ciudad y el Centro de Arte Contemporáneo plantea trabajar con artistas y colectivos en la realización de murales de mediano y gran formato en diferentes puntos de la ciudad, para generar así, un circuito de arte visual en el espacio público.								
11. SERVICIOS								
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA
Si	Ninguna	Ninguna	Si	Ninguna	Ninguna	Si	Si	Ninguna
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS		11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR	
Ninguno	Si	Si	Policía Nacional	Ninguna		Si	Ninguna	
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS					
Si	Si	No aplica						
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN								
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO						
CAC; nologar, Flujos Urbanos	Arte Urbano							
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA								
Ninguno								
14. FUENTES DOCUMENTALES								
Fotografías, Periódicos, Televisión								

FICHA DE ATRACTIVOS									
1. NOMBRE		2. FICHA N°		3. FICHAS ASOCIADAS					
Mural de Cumanda		8		5		6			7
4. CATEGORÍA	4.1 TIPO	4.2 SUBTIPO	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	5.1 ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	5.2 DECLARATORIA DE PATRIMONIO	5.3 FECHA DE DECLARACIÓN	5.4 ENTIDAD QUE LO DECLARA	OBSERVACIONES	
Realizaciones técnicas científicas y artísticas contemporáneas	Arte Urbano	Muralismo	Conservado	Conservado	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguna	
6. UBICACIÓN Y CLIMA									
6.1 LATITUD			6.2 LONGITUD			6.3 ALTITUD			
6.6 PROVINCIA			6.7 CANTÓN		6.8 PARROQUIA		6.9 SECTOR		
Pichincha			Quito		Cumanda		Centro		
7. ACCESO									
7.1 DESDE	7.2 DISTANCIA	7.3 TIPO DE	7.4 SUBTIPO	7.5 ESTADO	7.6 TRANSPORTE	7.7 FRECUENCIA	7.8 TIEMPO	7.9 OBSERVACIONES	
Terminal Quitumbe	13.1 km	Asfaltada	Avenida principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	18 minutos	El tiempo variará de acuerdo el tráfico	
Terminal Río Coca	13.8 km	Asfaltada	Avenida principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	21 minutos		
Aeropuerto Mariscal Sucre	45.6 km	Asfaltada	Avenida principal	Conservado	Público, taxi	Cada 15 minutos	54 minutos		
7.10 HORARIO DE INGRESO	7.11 PRECIOS	7.12 ÉPOCA DE VISITA	7.13 REQUISITOS DE INGRESO	7.14 PROPIETARIO	7.15 PERSONA DE CONTACTO	7.16 TELÉFONO	7.17 CORREO ELECTRÓNICO	7.18 PÁGINA WEB	
Preferible en el día	Ninguno	Todo el año	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	flujosurbanos.wordpress.com	
8. DESCRIPCIÓN									
Flujos Urbanos es una iniciativa del DMQ que a través de la Fundación Museos de la Ciudad y el Centro de Arte Contemporáneo plantea trabajar con artistas y colectivos en la realización de murales de mediano y gran formato en diferentes puntos de la ciudad, para generar así un circuito de arte visual en el espacio público									
11. SERVICIOS									
11.1 ESTACIONAMIENTO	11.2 ALIMENTACIÓN	11.3 ALOJAMIENTO	11.4 BATERÍAS SANITARIAS	11.5 VISITAS GUIADAS	11.6 TALLERES	11.7 SEÑALIZACIÓN	11.8 RUTAS AUTO GUIADAS	11.9 SEÑALIZACIÓN INTERNA	
Si	Ninguna	Ninguna	Si	Si	Ninguna	Ninguna	Si	Ninguna	
11.10 TIPO SEÑALIZACIÓN INTERNA	11.11 CONTENEDORES DE BASURA	11.12 SEGURIDAD	11.13 MANTENIMIENTO	11.14 ALQUILER EQUIPOS	11.16 FOLLETOS INFORMATIVOS	11.17 VENTA SOUVENIR			
Señalización peatonal	Si	Policía Nacional	Municipal	Ninguno	Ninguna	Si	Ninguna	Si	
11.18 TELÉFONO PÚBLICO	11.19 COBERTURA CELULAR	11.20 FORMAS DE PAGO	11.21 OTROS						
Si	Si	Ninguna							
12. EMPRESAS/PERSONAS QUE OPERAN									
NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	CÓDIGO							
Chucherías	Venta								
13. POSIBLES NEGATIVOS DEL TURISMO A TENER EN CUENTA									
El posible deterioro del mural por acción del clima y el tiempo.									
14. FUENTES DOCUMENTALES									
Fotografía, periódico, medios masivos: Facebook									

Anexo 6: Fotografías Murales del CAC.





Anexo 7: Tabla Análisis FODA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1: Es un producto innovador ya que es una ruta especializada en una temática anteriormente desconocida por el mercado turístico.	D1: Por tratarse un tema nuevo, no existen guías capacitados.
F2: Tiene variedad de atractivos turísticos.	D2: No tiene un servicio de transporte propio.
F3: Ruta de alta calidad en sus servicios y atractivos.	D3: No tiene oficina o agencia de viajes.
F4: Conocimiento de la temática del recorrido por la diseñadora de la ruta turística.	D4: Ya que no tiene mucho presupuesto posee poco personal.
F5: Excelente promoción.	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1: Competencia débil, porque los atractivos ofertados son únicos.	A1: Deterioro de los atractivos (murales)
O2: Regulaciones municipales apoyan ideas que favorezcan al arte urbano.	A2: Cambios en la política (cambio de alcaldía)
O3: Este producto es necesario para las iniciativas municipales, de fundaciones relacionadas con el arte urbano y por lo tanto para agencias de viajes.	A3: Inexistencia de competencia nacional (no se sabe cómo reaccionara el mercado)
O4: Existe un emergente apoyo hacia los productos artísticos manuales, así como al reciclaje y reutilización a nivel mundial.	A4: Los servicios de transporte privados tienen altos costos.
O5: Existe un fuerte surgimiento del arte urbano: desde lo público hasta lo privado (festivales, flujos urbanos).	A5: Existe desconocimiento y escepticismo por la ciudadanía hacia el tema del arte
O6: Existen varios servicios de transporte privados, para alquilar.	A6: Competencia indirecta, en rutas turísticas muy especializadas donde existen guías muy competentes.

## **Anexo 8: Entrevista.**

Entrevista realizada a la Gerente del Quito Tour Bus. Diana Carrasco, abril 2014, en base a las encuestas que realizan en sus recorridos.

### **1. Entre que edades oscilan las personas participantes del recorrido dentro de la ciudad, que ofrece Quito Tour Bus**

Las edades son variadas.

### **2. ¿Qué sexo predomina?**

Mujeres y hombres.

### **3. ¿De qué residencia o nacionalidad?**

Varias, tanto ecuatorianos, como de Latinoamérica: Brasil, Chile, Argentina, Perú, Centroamérica, América norte, Europa y Asia.

### **4. ¿En los turistas de qué ocupación y profesión predomina?**

Predominan profesionales en varias áreas, y estudiantes que viajan con sus padres.

### **5. ¿Cómo realizan los turistas el recorrido?**

Ecuatorianos, latinoamericanos y centroamericanos viajan en grupos grandes, es decir con sus familias.

Los turistas asiáticos, europeos de y América del Norte, en pequeños grupos de dos o tres personas, e incluso solos.

### **6. Qué es lo que más disfrutan los turistas participantes?**

Del Centro de Arte Contemporáneo y del sector de la Ronda, por sus tiendas de arte, ya que la gente está muy interesada por el arte propio de la ciudad y apoyan las iniciativas de reciclaje y los productos orgánicos producidos en la ciudad.

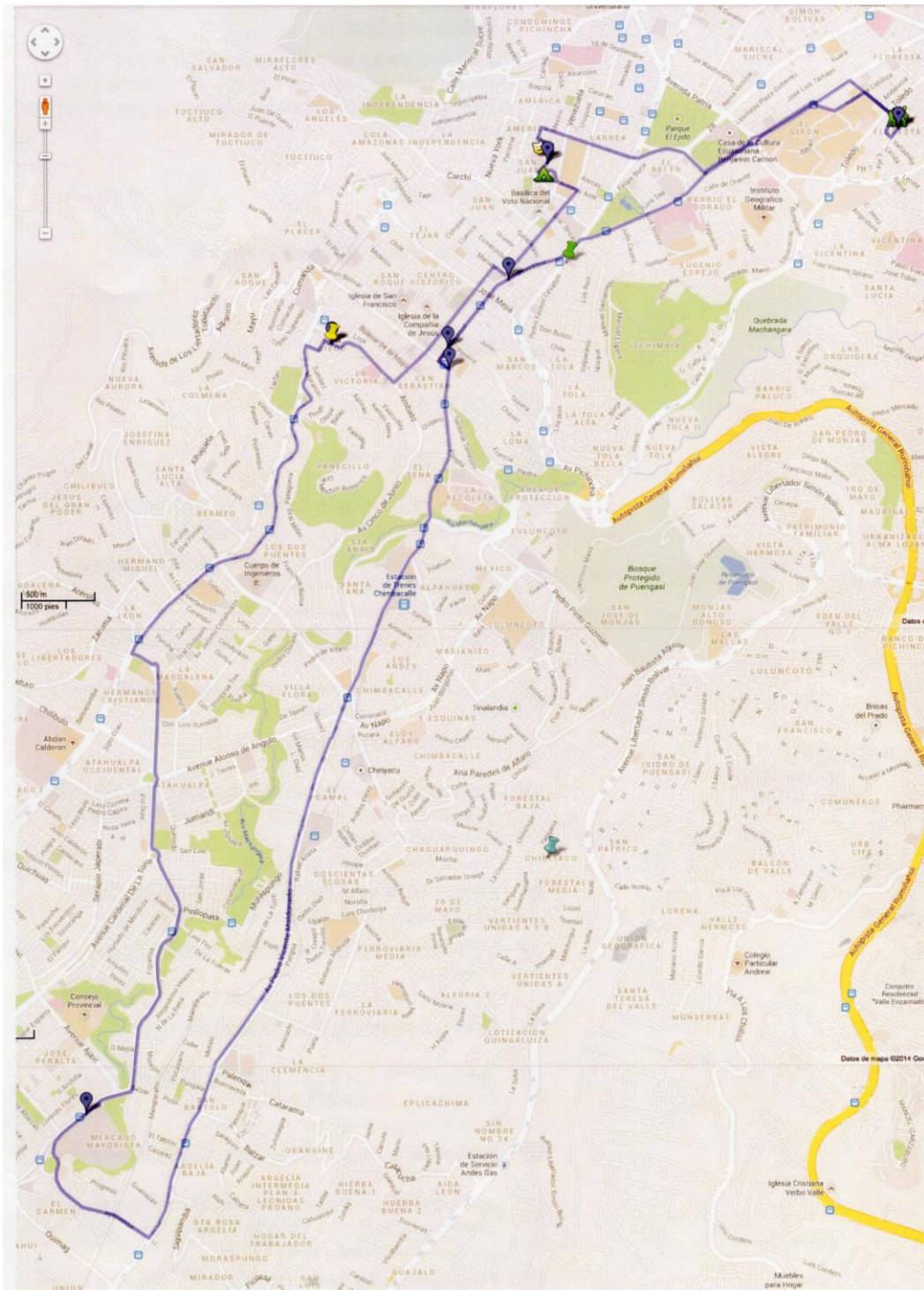
### **7. ¿Cómo se informan los turistas a cerca del Quito Tour Bus?**

Preferentemente a través de los medios masivos, Fanpage Google y Tripadvisor

### **8. ¿Tiene conocimiento sobre los turistas de que participen de otras rutas turísticas de altos costos?**

Por lo general si, los turistas están dispuestos a pagar altos costos si encuentran lo que buscan en una ruta turística, e incluso algunos asumen el costo que asumiría todo un grupo si se encuentra solo, por realizar el recorrido que requiere.

**Anexo 9: Mapa de la Ruta Turística Arte y Cultura Urbana de Quito.**



## Ruta urbana de arte y cultura visual en la ciudad de Quito.

En este mapa se muestran los puntos sobre los cuales se encuentran los atractivos turísticos que componen a la ruta urbana de arte y cultura visual en la ciudad de Quito.



La Floresta

Quito



Centro de Arte Contemporáneo de Quito



Plaza del Teatro



San Diego

Quito



Chiriyacu

Quito



Plaza de San Blas



De: plaza de Iglesia de Santo Domingo, Av. Pedro Vicente Maldonado, Quito, Pichincha



Indicaciones de ruta en coche para mercado de Chiriyacu, Quito, Pichincha

7,9 km: 12 minutos aproximadamente



Para: mercado de Chiriyacu, Quito, Pichincha



Indicaciones de ruta en coche para San Diego, Quito

6,6 km: 10 minutos aproximadamente



Para: San Diego, Quito



Indicaciones de ruta en coche para Centro de Arte Contemporáneo de Quito, Montevideo y Luis Dávila, Montevideo, Quito

2,9 km: 7 minutos aproximadamente



Para: Centro de Arte Contemporáneo de Quito, Montevideo y Luis Dávila, Montevideo, Quito



Indicaciones de ruta en coche para La Floresta, Quito, Pichincha

3,4 km: 9 minutos aproximadamente



Para: La Floresta, Quito, Pichincha



Indicaciones de ruta en coche para Teatro Sucre, Guayaquil, Quito, Pichincha

3,3 km: 8 minutos aproximadamente



Para: Teatro Sucre, Guayaquil, Quito, Pichincha



Indicaciones de ruta en coche para Iglesia de Santo Domingo, Av. Pedro Vicente Maldonado, Quito, Pichincha

850 m: 3 minutos aproximadamente



Para: Iglesia de Santo Domingo, Av. Pedro Vicente Maldonado, Quito, Pichincha