



TURISMO

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo.

AUTOR: Emilia Lissette
Castillo Araque

TUTOR: Mgt. Verónica
Herrera

Creación de un centro de arte contemporáneo en la
ciudad de Quito, provincia de Pichincha.



DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo, Emilia Lissette Castillo Araque declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y, que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y Leyes.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'e.l. castillo', written over a horizontal dashed line.

Firma

Yo, Verónica Alexandra Herrera Flores certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo responsable exclusivo tanto en su originalidad, autenticidad, como en su contenido.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Verónica Herrera', written over a horizontal dashed line.

Firma



Dedicatoria

Dedico mi trabajo de titulación a todas las personas que han desistido de su arte alguna vez por no creer que era suficientemente “bueno” para exponerlo al mundo y a todas aquellas personas que han creído en el mío alguna vez, cambiando mi perspectiva sobre la creatividad y la narrativa que me contaba sobre mis capacidades, que ahora siento y sé, son infinitas.

Por último, dedico mi trabajo de titulación a mi abuela Cecilia Cepeda, por ser la guía de mi vida, por enseñarme que el amor existe y por inspirarme constantemente a construir la vida que sueño.



Agradecimientos

Primeramente, quisiera agradecer a mis padres Juan Castillo y Susana Araque, por confiar en mí y permitirme siempre elegir en libertad lo que creo que es lo mejor para mí, por su apoyo e incondicionalidad en este proceso universitario y su amor diario que me ayuda en momentos difíciles.

Agradezco a la razón por la que existe este trabajo de titulación, mi emprendiendo El Drama y las Alergias, que me ha permitido lograr tanto a nivel personal y laboral, brindándome nuevas perspectivas sobre el arte y la creatividad que me habitan y me rodean, aceptándolas constantemente sin miedo ni limitaciones.

Quiero agradecer también a mis compañeros de clase que me han acompañado en toda esta travesía universitaria, de quienes he aprendido mucho, en especial Doris Borja, por ser amiga y compañera en cada paso de este camino hermoso.

Por último, me gustaría agradecer a mi tutora en este trabajo de titulación, Verónica Herrera por su paciencia, apoyo y empatía.



Índice

Resumen.....	6
Abstract	6
1. INTRODUCCIÓN	7
1.1. Justificación.....	7
1.2. Objetivos	8
2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1 Turismo Urbano	8
2.1.1 ¿Qué es turismo?.....	8
2.1.2 Turismo Cultural vs. Turismo Urbano	14
2.2 Arte Contemporáneo	18
2.2.1 Cultura y Arte.....	18
2.3 Centros de arte contemporáneo	21
2.3.1 Museos, centros culturales y centros de arte contemporáneo.....	21
2.3.2 Relación entre los centros de arte contemporáneos y el turismo.....	26
3. METODOLOGÍA	27
3.1. Enfoque, alcance y diseño.....	27
3.2. Población y muestra	28
3.3. Técnica de recogida de información	29
4. RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	30
4.1 Resultados	30
4.2 Propuesta.....	37
4.2.1 Propuesta General	37
4.2.2 La marca y sus elementos.....	37
4.2.3 Ubicación del lugar y competencia directa	41
4.2.4 El espacio físico del centro de arte contemporáneo	49
4.2.5 Ventajas competitivas y talleres de arte.	54
4.2.8 Propuesta turística y alianzas estratégicas.....	62
4.2.6 Costos generales.....	63
4.2.7 Costos talleres	64
4.3 Conclusiones	68



4.4	Recomendaciones.....	69
5.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	70
6.	ANEXOS.....	74

Resumen

El presente trabajo de titulación es la propuesta de la creación de un centro de arte contemporáneo en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha como complemento a la oferta de turismo urbano dentro de la esta ciudad. Como primera instancia se encuentra el levantamiento de información sobre el turismo – urbano – dentro de un panorama mundial y local, la importancia y el vínculo que este tiene con los espacios culturales y los centros de arte contemporáneo. Con la ayuda de una encuesta, el estudio de mercado sobre la demanda potencial del centro de arte contemporáneo es obtenido y analizado. Por último, el proyecto de este trabajo de titulación presenta su propuesta general en relación con el turismo, así como sus ventajas competitivas, propuesta de talleres creativos y alianzas estratégicas.

Abstract

The present degree work is the proposal for the creation of a contemporary art center in the city of Quito, province of Pichincha as a complement to the offer of urban tourism within this city. At first the collection of information on – urban – tourism within a global and local panorama was made, the importance and the link it has with cultural spaces and contemporary art centers. With the help of a survey, the market study on the potential demand of the contemporary art center is obtained and analyzed. Finally, the project of this degree work presents its general proposal in relation with tourism, as well as its competitive advantages, proposal for creative workshops and strategic alliances.



1. INTRODUCCIÓN

La existencia de museos, centros culturales y de arte forman parte de la cotidianidad de las ciudades, por lo tanto, son elementos que conforman la oferta de turismo urbano, por lo que es importante visibilizar la contemporaneidad artística dentro de la propuesta turística de las ciudades, para de esta forma conocer el destino desde un punto de vista más actualizado y real.

Para el análisis de este trabajo los siguientes temas son desarrollados: turismo en el mundo y turismo en Ecuador, se analiza la diferencia del turismo cultural y el turismo urbano, también el arte contemporáneo, la diferencia entre un museo, un centro cultural y un centro de arte contemporáneo, y cual es la relación y la importancia de estos en la oferta del turismo urbano.

La importancia de esta propuesta radica en crear más espacios de arte contemporáneo para que artistas ecuatorianos emergentes tengan la oportunidad de exhibir y difundir su trabajo, así como complementar la oferta cultural y artística ya existente en la ciudad de Quito y desde este espacio crear visitas turísticas guiadas dentro del centro de arte contemporáneo, como alrededor del sector donde este se encuentra e impartir talleres creativos hacia personas con interés y afinidad artística.

1.1. Justificación

Quito, como capital del Ecuador, cuenta con una baja oferta de espacios culturales artísticos que expongan y difundan el arte contemporáneo. Estos espacios son importantes para visitantes y residentes porque además de impulsar a nuevos artistas locales, enriquecen la escena artística en la ciudad y visibilizan temáticas actuales con las que las personas



lidian constantemente en su presente. Permitiendo también romper las barreras y limitaciones que la ciudad ha adoptado culturalmente sobre lo que es arte y lo que no.

1.2. Objetivos

General:

- Crear un centro de arte contemporáneo en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha

Específicos:

- Levantar información sobre centros de arte contemporáneo a nivel local e internacional
- Realizar un estudio de mercado sobre la demanda potencial que abarcará el centro de arte contemporáneo
- Establecer la propuesta de negocio del centro de arte contemporáneo

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Turismo Urbano

2.1.1 ¿Qué es turismo?

Para poder hablar de la visibilización del arte local contemporáneo como propuesta de turismo urbano es necesario establecer las bases que conjugan esta idea. Comenzando con el término de mayor relevancia, el turismo.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT)

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales,



profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (2008)

El turismo permite a las personas movilizarse hacia lugares poco conocidos con motivaciones turísticas, con objetivos culturales, personales, de negocios, de ocio u otros. Por otra parte, en la definición anterior se encuentran los términos turista y excursionista, la diferencia entre ambos de acuerdo con la OMT (2008), es que el primero pernocta en el lugar de destino mientras que el segundo no. Para la creación del centro de arte contemporáneo se utilizará al turista y excursionista como demanda potencial, la razón es que tanto visitantes locales, como turistas nacionales y extranjeros serán usuarios de este espacio cultural.

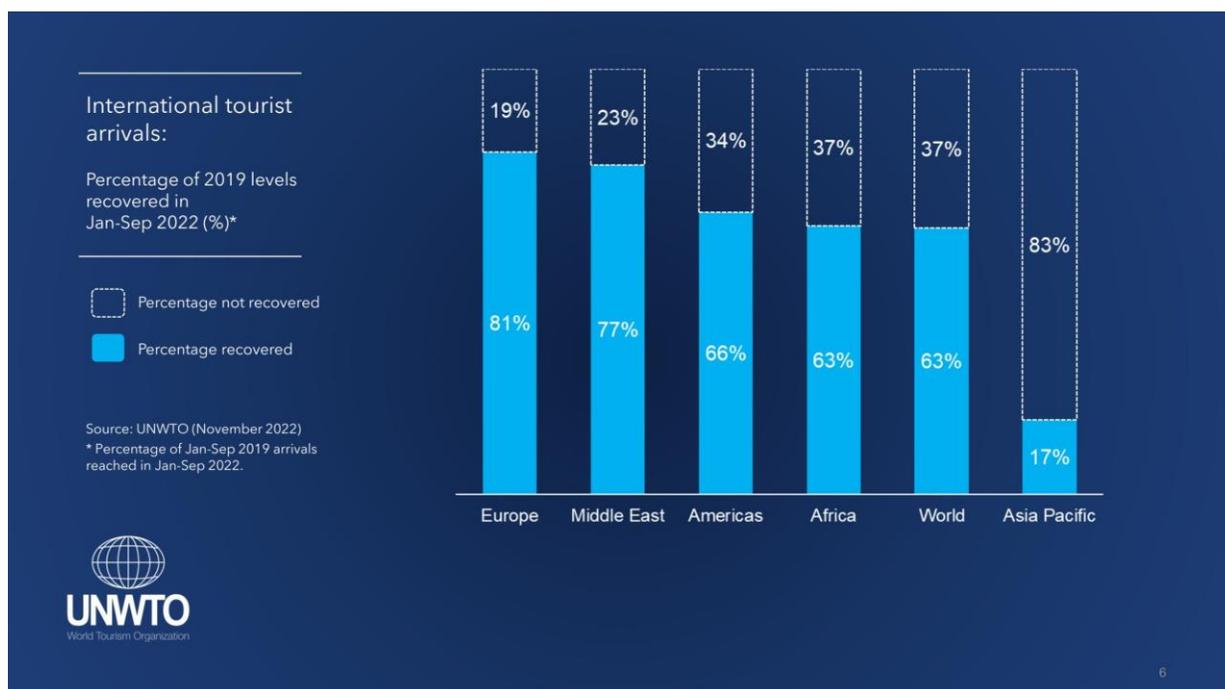
Cárdenas García (2013) señala que el turismo se configura como una actividad económica que genera varios beneficios, pero se debe tener en cuenta los posibles efectos negativos (medio ambientales, sociales, urbanísticos y económicos) que la actividad turística puede generar sobre los territorios si no se planifica de manera sostenible. De acuerdo con el mismo autor, los beneficios económicos que genera el turismo se originan gracias a que el turista decide gastar los ingresos obtenidos en su lugar de origen generando un ingreso por concepto del turismo en el lugar de destino.

De acuerdo con cifras de la OMT (2020) para 2019 se movilizaron 1.5 millones de turistas alrededor del mundo generando USD 1.7 billones en exportaciones y aportando con el 4.1% del PIB mundial. Según la misma organización, se esperaba un crecimiento del 4% para el 2020, situación que no se cumplió debido a la pandemia del COVID-19.



Si bien es cierto, uno de los sectores económicos más afectados en el contexto de pandemia, fue el turismo, y todavía se pueden apreciar las consecuencias de ello, se puede notar en las últimas cifras que el sector se va recuperando y buscando formas de reconstruirse y replantearse objetivos. La recuperación de ciertas regiones se debe a la eliminación de las restricciones de viaje que se utilizaban en el margen de la pandemia, es así que Europa y América se convierten inmediatamente en lugares más atractivos y con más demanda de turistas, es por esta razón que ambas regiones se encuentran liderando la recuperación del sector. (OMT, 2022) Tal como se observa en la Ilustración 1, el porcentaje de recuperación por regiones en el período de enero a septiembre 2022 con relación a 2019 ha sido significativo.

Ilustración 1 Llegadas turistas internacionales enero – septiembre 2022



Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT). International tourist arrivals: Percentage of 2019 levels recovered in Jan-Sep 2022 (%)*. Información recolectada por OMT, noviembre 2022.



En la ilustración 1 se resalta la importante recuperación en la llegada de turistas en las regiones de Europa (81%), Medio Oriente (77%) y las Américas (66%), en comparación con el 17% de la región de Asia Pacífico. A nivel mundial, la llegada de turistas entre enero y septiembre 2022 se recuperó en un 63% en relación con los niveles de 2019 en el mismo período

Bajo esta explicación se logra identificar las regiones que lideran la recuperación del sector turístico post covid-19. En primer lugar está Europa, el cuál ha recuperado las cifras de llegadas internacionales de turistas del 2019 en un 81%, lo que quiere decir que está a un 19% de la cantidad de llegadas que recibía antes de la pandemia. Le sigue Medio Oriente con un porcentaje de recuperación del 77%, y después América con un porcentaje de recuperación del 66%.

Según el Barómetro de Turismo enero - septiembre 2022, la OMT concluye que los índices de recuperación más rápidos los muestran las regiones del sur de la Europa mediterránea y el Caribe. Las llegadas en ambas regiones mostraron una recuperación de hasta casi el 75% de los niveles del 2019, mientras otros destinos lograron alcanzar o incluso superar los niveles pre pandemia. El mismo documento sostiene que si bien es cierto existen perspectivas positivas, la ofensiva Rusa sobre Ucrania y la complicada situación económica significan un gran riesgo para la recuperación del turismo a nivel internacional. Este primer conflicto está causando repercusiones económicas importantes a nivel global, exacerbando aún más los precios del petróleo, la inflación y causando interrupción en las cadenas de suministro internacionales, lo cual aumenta los costes de alojamiento y transporte turístico.

Otro de los principales efectos económicos generados por el turismo, además del crecimiento económico de los destinos, es la creación de empleo. De acuerdo con la OMT (2017) “el turismo es uno de los principales empleadores del mundo y ofrece oportunidades



de futuro en especial para mujeres y jóvenes” considerando que 1 de cada 10 puestos de empleo en el mundo está relacionado al sector turístico.

Reflejo de los beneficios que puede llegar a generar el turismo, se puede ver en países como España, Italia y Estados Unidos donde el turismo genera un alto porcentaje de aporte dentro del PIB además de las altas cifras de empleos dentro de la actividad (Ilustración 2).

Ilustración 2 Aporte PIB y empleo - España, Italia y Estados Unidos.

PAÍS	NÚMERO EMPLEOS EN MILES	PIB
España	2.334	6,6% (2018)
Italia	772 (2006)	5,9 % (2015)
Estados Unidos	6.115	2,9% (2018)

Junto con la llegada de altos flujos de turistas se generan impactos negativos que repercuten directamente sobre las comunidades anfitrionas, en especial con lo relacionado al overtourism. Uno de los casos más conocidos es el de Barcelona. De acuerdo con Álvarez-Sousa (2020) el 16% de los barceloneses consideran que el turismo no beneficia a la ciudad teniendo como los motivos más importantes la masificación, el incivismo de los turistas, la gentrificación y la pérdida de la esencia de los barrios.

Delgado (2008) como se citó en Alcalde et al (2018) aclara que el término turismofobia se presenta como un rechazo al turismo de masas y a los impactos que genera dentro del tejido comercial y social de los destinos turísticos. En la actualidad el concepto ha cambiado, haciendo referencia a una patología en los residentes que pasan a calificarse como personas fóbicas, sintiendo al turista como una amenaza y una señal de peligro.



El sector turístico puede ser muy beneficioso para la economía de algunos países europeos mencionados anteriormente. Sin embargo, el turismo masivo en destinos como Barcelona, Venecia y Ámsterdam ha llegado a inquietar a los residentes de estas ciudades, causando rechazo hacia actividades turísticas con el miedo de que los espacios que habitan pierdan su esencia. Eventualmente el ideal es un turismo responsable y sostenible que logre beneficiar y vincular a las comunidades receptoras de turismo en todo el procedimiento, sin causar ningún tipo de interferencia dentro de su cotidianidad, para evitar reacciones como la turismofobia.

El caso de Barcelona es emblemático, en el Plan Estratégico de Turismo 2016 – 2020 de la ciudad, se esperaban 30 millones de visitantes al año, siendo la mitad de estos excursionistas y la otra mitad turistas que pernoctaban en el destino, se estimaban también 40 millones de pasajeros en el aeropuerto, todo esto dentro de la ciudad que tiene menos de 2 millones de residentes. Se identifica que los problemas más grandes del turismo de masas que experimenta este destino son: la subida de precios de renta y compra de vivienda, el desequilibrio entre número de turistas y residentes, la privatización y congestión del espacio público, la transformación del tejido social y comercial y la contaminación e impacto ambiental (Milano, 2018).

El mismo autor comenta que este modelo turístico no ha sido criticado solamente por las ciudades españolas, también ha sido sujeto de quejas dentro de otros destinos europeos, el caso de Venecia es uno de los más conocidos empezando por la expresión “el síndrome de Venecia” que se utiliza para referirse a los destinos atravesando esta situación de overtourism, el problema de esta ciudad radica en las llegadas de cruceros al puerto veneciano y la turismofobia han obligado a muchos residentes a salir de su ciudad por el alto costo de vida y la pérdida de pertenecía.



Esto demuestra que el hecho de recibir una gran cantidad de turistas no es siempre un indicador positivo para los destinos turísticos, ya que, si la gestión turística de las ciudades no se basa en un mutuo intercambio y beneficio entre el turista y el residente, esto podría significar una gran pérdida cultural y social para el destino. Con esto se puede concluir analizando que el turismo trae impactos negativos y positivos dentro del destino que lo opera.

2.1.2 Turismo Cultural vs. Turismo Urbano

Para la presente investigación se explicarán dos tipos de turismo: el turismo cultural y el turismo urbano. De acuerdo con la OMT (2019), el turismo cultural es aquel tipo de turismo en donde la motivación principal del visitante es conocer, experimentar, consumir y descubrir el patrimonio cultural tangible o intangible del destino, así como sus atractivos y productos turísticos, siempre que estos sean de carácter espiritual, intelectual, emocional y se encuentren alineados con el patrimonio artístico, arquitectónico e histórico de la sociedad receptora.

Por otro lado, se encuentra el turismo urbano, que la misma organización describe como el tipo de turismo dado en un espacio urbano con características basadas en la administración, el comercio, las manufacturas, los servicios y el transporte, los destinos con este tipo de turismo se enfocan en experiencias y productos culturales, arquitectónicos, tecnológicos, sociales y naturales para el tiempo libre y los negocios. Según la OMT (2019) el turismo urbano lleva consigo retos importantes, como el uso correcto de recursos naturales, el cambio climático, el impacto de la actividad turística en el destino y sus comunidades anfitrionas, entre otros. En la actualidad para desarrollar estrategias que den respuesta a los retos ya mencionados es importante repensar un turismo sostenible y regenerativo, en conjunto con toda la superestructura turística (residentes, visitantes, autoridades locales,



regionales y nacionales, y sector privado). En la Ilustración 3, Revista Agenda (2019) presenta las ciudades receptoras de turismo urbano más visitadas en 2018.

Ilustración 3 Ciudades receptoras de turismo urbano más visitadas en 2018 y su número de turistas

Ciudad	Número de turistas 2018
Hong Kong	29.827.200
Bangkok	23.688.800
Londres	20.715.900
Singapur	18.551.200
Macao	18.931.400
París	16.863.500
Dubái	16.658.500
New York	13.500.000
Kuala Lumpur	13.434.000
Shenzhen	12.437.300

Elaboración propia, enero 2023. Información recolectada de Revista Agenda, septiembre 2019. <https://www.revistaagenda.net/blog/nuevos-modelos-de-turismo-urbano-ciudades-mas-visitadas-en-el-mundo/>

De acuerdo con García-Hernandez, de la Calle y Yubero (2017), el turismo urbano aparece en la década de 1900, a pesar de que en el pasado las ciudades ya comenzaban a recibir turistas, en esta época recién se empieza a hablar del término y a estudiarlo. En un principio se hablaba en especial de los impactos del turismo hacia los centro de las ciudades históricas europeas, haciendo hincapié en los efectos positivos sobre los negativos, motivando así el ocio y el turismo dentro del desarrollo urbano de las ciudades.



Por otro lado, Spirou (2011) sostiene que la expansión del sector turístico internacional en las últimas décadas ha brindado a ciudades y países alrededor del mundo la oportunidad de promocionar sus destinos con la intención de atraer un gran volumen de visitantes y por ende gastos turísticos que los favorezcan económicamente. Con respecto al turismo urbano, junto con la globalización del turismo y los viajes de negocios, viene también el inicio de la competencia entre los centros urbanos para integrar prácticas empresariales, intensificando la planificación turística de sus ciudades. Esto sin duda involucra a los sectores públicos y privados a nivel individual, pero la clave es dominar estas prácticas a través de la asociación de estos dos sectores. Según el autor, la estrategia ideal sería re imaginar las antiguas ciudades industriales y desarrollar nuevas identidades urbanas, esto requiere una inversión en marketing sobre la nueva imagen de estas ciudades y significaría una ventaja competitiva sobre el resto de los destinos urbanos.

El mismo autor aclara que el papel que juega el sector público se divide en dos grandes áreas, la primera contiene gastos en oficinas estatales de turismo, viajes de negocios, encargados de marketing turístico y estrategias promocionales. Usualmente se encuentran como unidades gubernamentales o dentro del sector económico, comercial o en asuntos comunitarios. La segunda área hace referencia al desarrollo de la infraestructura turística, ya que con el avance urbano de las zonas céntricas de las ciudades se empezaron a planificar construcciones enfocadas en el disfrute de los turistas, sobretodo en ciertas ciudades, donde post Segunda Guerra Mundial, se empezaban a producir proyectos de construcción de ciudades más complejas.

En cuanto al sector privado, el papel es clave dado el tamaño de la industria turística. Muchas empresas apuestan por el sector ya que encuentran en él un mercado que continua creciendo. Este sector también divide su rol en el turismo urbano en dos áreas importantes, la primera es la inversión directa en el sector turístico y la segunda se enfoca en la inversión urbana indirecta derivada de la revitalización del núcleo urbano de las ciudades. El resultado



de esta última se lo atribuye en cierta parte al desarrollo del ocio, cultura y entretenimiento de las ciudades alrededor del mundo (Spirou, 2011).

El turismo urbano y el turismo cultural, a pesar de ser conceptos parecidos que están directamente relacionados con la interacción del residente dentro del destino y su cotidianidad, la diferencia de ambos radica en el motivo de viaje y por ende, en el destino escogido a visitar. Es por eso que la creación del centro de arte contemporáneo está basado en un turismo urbano, que abarca de mejor manera un arte más actualizado, enfocado en las generaciones presentes, futuras y todo aquello que en ellas influye.

Después de una visión amplia sobre lo que es y aporta el turismo urbano dentro de los destinos turísticos, se analizará la situación del turismo urbano dentro de Ecuador en la actualidad. Ecuador, como el resto de países fue afectado severamente en su economía durante la crisis que vivió en la pandemia, incluyendo la fuerte caída de ingresos por turismo y por ende la reducción del empleo turístico nacional que según Becerra-Astudillo et al (2021) significó una pérdida aproximada de 600 millones de dólares durante 2020. Las medidas del Gobierno durante la pandemia, como el cierre indefinido de aeropuertos, atractivos turísticos, lugares de alojamiento y restaurantes afectaron de forma negativa a agencias de viajes, sector hotelero, transporte turístico, guías de turismo y sector de alimentos y bebidas. De todas formas en algunos estudios se analiza que la actividad más afectada fue la guía turística ecuatoriana, pues son dependientes de la presencia física de turistas en territorio ecuatoriano y no siempre cuentan con un sueldo fijo ni con un seguro social (Rivas, 2020).

De igual importancia, el turismo urbano ha sido uno de los más afectados del sector, debido a que las ciudades y la interacción con ellas significaban una gran forma de contagio, por lo que estas sufrieron las consecuencias que trajo la pandemia y el encierro. Es por esta



razón, que el regreso de los turistas a las ciudades es una señal de esperanza para esta tipología de turismo, así lo afirma el Foro Internacional de Alcaldes (2021) en la reunión de Oporto, el 9 de julio del 2021. En este encuentro también se discutió la importancia de reflexionar sobre el manejo de tecnologías digitales y nuevas inversiones que impliquen mejorar la oferta de experiencias de turismo urbano en los destinos. Otro tema importante fue la transformación de la ciudad, recuperando lo “viejo” e incorporándolo como “nuevo”, reconstruir, rehabilitar los distintos tipos de patrimonio y que este cambio sirva a los visitantes, pero sobre todo a los residentes.

2.2 Arte Contemporáneo

2.2.1 Cultura y Arte

La historia y cultura del espacio geográfico donde reside un grupo de personas influye mucho en la expresión artística del ser humano, es así como, la UNESCO (2015) define la cultura como “todo lo que constituye nuestro ser y configura nuestra identidad”. Partiendo de esta definición se aclara que la cultura es lo que compone y construye a un ser humano de manera que esta va a estar sujeta siempre a los factores geográficos, etnográficos, religiosos e históricos que un grupo tiene en común dentro de un espacio delimitado. Como lo aclaran Triandis (1995) y Markus, Kitayama y Heiman (1996) como se citó en Páez y Zubieta (2002) “la cultura se concibe como un conjunto de conocimientos compartidos por un grupo de individuos que tienen una historia común y participan en una estructura social”

A lo que arte se refiere, puede llegar a ser muy subjetivo – es decir que puede entenderse de distintas formas, de acuerdo con quien lo esté analizando – en este caso Rosano (2007) analiza a Gombrich (s.f.) quien afirma que el arte es un reflejo del pasar del tiempo, que al igual que muchos genios no fueron comprendidos en su época, la sociedad hace el esfuerzo por entender el arte de este tiempo. El arte es también una forma de expresar las emociones y pensamientos, por lo que puede ser individual o colectivo y difícil de juzgar.



Más allá de ser realizado a la perfección es lograr transmitir un mensaje – que no siempre va a ser comprendido por su público – que usualmente resuena en quien lo consume, por lo que es difícil cuestionar si una pieza es artística o no, si este fuera el caso se estaría cuestionando si las expresiones del artista son válidas o no, o en todo caso, si merecen ser vistas/escuchadas/consumidas o no.

En el libro *El Arte como Terapia* de Alain de Botton y John Armstrong (2014), los coautores comentan que la conocida frase “el arte por el arte” en realidad no tiene relevancia ni sentido, ya que el arte causa ciertos efectos en aquellos que lo admiran y tiene siete funciones, que son las siguientes: recordar, esperanza, tristeza, reequilibrio, autocomprensión, crecimiento y apreciación.

En resumen, se entiende que el objetivo del arte muchas veces es el recuerdo, los sentimientos, los instantes y los pensamientos de una persona en un momento dado, el materializar todo esto y convertirlo en una obra artística, la cual llega a transmitir nostalgia sobre un evento que ya no está más pero que gracias a su materialización, puede ser percibido. Lo mismo con el resto de funciones, el arte está para ser sentido, de la forma en la que deba ser sentido. Si un visitante de una galería admira una obra va a poder entender si la muestra lo hace recordar, lo hace sentir alegre, triste, equilibrado, o tal vez hay algo que lo hizo sentir en conexión con el artista, llegó a entender su historia, su camino y su evolución a través de su trabajo.

Dentro del estudio del arte se hallan varias expresiones, como la pintura, el cine, la escultura, la poesía, entre otras. Los estilos o tipos de arte han ido cambiando a través del tiempo conjuntamente con las épocas, avances científicos, tecnológicos, factores sociales, culturales y económicos. El entendimiento del arte en la actualidad es un tema relevante para el objetivo de este trabajo, se sabe que el arte existe desde el inicio de los tiempos y se ha



venido manifestando de distintas formas, tangibles e intangibles, a través de pinturas, esculturas, música, entre otros. Groys (2009) explica que el arte contemporáneo es el acto de representar el presente, es decir que este demuestra como lo contemporáneo se expone a sí mismo.

De esta forma se entiende lo contemporáneo más allá de un arte actual o de la época, se toma en cuenta que el autor de una obra contemporánea está exponiendo el presente que lo atraviesa a él como individuo, mismo presente con el que, un grupo de personas se puede sentir identificado, pero que nunca va a comprender y sentir de igual manera que el autor – pues no lo está viviendo –. El arte contemporáneo es en su mayoría un arte conceptual, al contrario de enfocarse en la belleza de su exterior, trata de contar una historia o de presentar una realidad, es por esta razón que, ciertas personas no le encuentran un sentido o no lo disfrutan. García (2019) expresa que para comprender el arte contemporáneo se debe interiorizar y aceptar la ausencia de la narrativa en las obras. Por ende se piensa que los artistas contemporáneos carecen de una dirección en particular y son libres de diluir la línea de lo que es arte o no. En pocas palabras no necesita una aprobación estética, lógica o académica, el arte contemporáneo es.

La razón por la que el enfoque de la creación del centro es el arte contemporáneo, es porque Quito como ciudad histórica ha priorizado los espacios coloniales y religiosos como atractivos que permiten conocer el arte y pocos espacios que permitan a niños, jóvenes y adultos explorar su creatividad y vincularse con el arte desde un lugar más libre, moderno y creativo. Creando así un espacio libre de limitaciones y juicios que tenga como base el juego, el entendimiento y el contacto con las emociones.



2.3 Centros de arte contemporáneo

2.3.1 Museos, centros culturales y centros de arte contemporáneo

Dentro de los atractivos que puede tener una ciudad receptora de turismo urbano están los museos, que según el International Council of Museums [ICOM] (2007) son instituciones abiertas al público, se encuentran al servicio del desarrollo de la sociedad y sus funciones son adquirir, investigar, conservar, exponer y comunicar el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y lo que lo rodea con fines de estudio, recreo y educación.

Los museos son espacios de exposición que pueden albergar distintas temáticas y no están necesariamente ligados al arte, existen museos históricos, científicos, educativos, religiosos, entre otros. En el caso de Ecuador, los museos no artísticos pueden ser: el museo de historia natural Gustavo Orcés V, ubicado en Quito, colabora en el desarrollo científico y cultural, a la vez que fomenta la sostenibilidad; otro museo no relacionado al arte puede ser Yaku (el museo de agua), también ubicado en la capital, es un espacio de reflexión y diálogo que pretende mejorar la relación que los seres humanos tienen con el agua individual y colectivamente. Como se puede analizar, ninguno de los dos ejemplos anteriores tiene como objetivo la exposición, difusión o conservación del arte.

La relación que el turismo, el patrimonio cultural y los museos tienen entre sí según Morin (1993) como se citó en Arrieta (2012) son sistemas en los que se relacionan diferentes elementos, agentes e instituciones y en los que se entrelazan cuestiones culturales, sociales, económicas y políticas; es decir, son unidades complejas, constituidas por interrelaciones organizacionales entre sus constituyentes.

De igual importancia se encuentran los centros culturales, que Ricoeur (1999) como se citó en País (2006) los define como estos lugares de encuentro público, que en el marco



de un presente constituido por el pasado empírico y la expectativa futura, las prácticas obtienen un sentido social. Para entender a los centros culturales es necesario saber que muchas veces están ligados a costumbres, culturas o vivencias pasadas o ancestrales, bien sea la representación de las mismas o la invitación a continuar con prácticas o actividades de una cultura antecesora/local.

Asimismo, el Instituto de Arte Contemporáneo [IAC] (s,f) clarifica que la función de un museo es configurar una colección mientras que la de un centro cultural es incentivar la producción artística y su difusión social.

Una vez explicados los anteriores términos, se puede definir al centros de arte contemporáneo. Como lo comenta Lorente (2008) estas instituciones se encuentran asociadas con los conceptos modernidad y contemporaneidad artísticas, por lo tanto, el mismo autor define que:

...efectivamente, el museo de arte contemporáneo, en su versión postmoderna más acabada, asume nuevas funciones, algunas de proyección extrínseca, que vienen con bastante frecuencia a reemplazar en relevancia a las tradicionales. Junto a las mencionadas, otras como el estímulo del turismo y el sector terciario, el fomento de la producción artística y del mercado del arte y la construcción de identidades «modernas», tanto en lo político como lo social, aparte de otras funciones simbólicas, constituyen hoy fines inmanentes de los nuevos proyectos. (Lorente, 2008, pág 291)

El centro de arte contemporáneo es un espacio alternativo que contrasta a los espacios de difusión artística más tradicionales, como exposiciones de arte religioso, arte colonial o arte pre colonial. Presenta factores de una realidad moderna que permite a muchas personas



comprender la individualidad de un sentir o tal vez un sentimiento colectivo de la generación que lo expone. Puede ser incluso la puerta para conocer de manera más cruda y consciente a un destino turístico desde los ojos de un residente.

Como ejemplo internacional destacado, está el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA) que abre sus puertas en 1995. Su colección cuenta con un estimado de 5478 obras con alrededor de 1066 referentes del arte contemporáneo. En paralelo a la colección, el MACBA desarrolla distintas líneas de trabajo enfocadas a la investigación y generación de nuevas dinámicas para la reflexión y análisis de la actividad artística, teniendo como misión la difusión del arte contemporáneo, en especial de artistas catalanes. Además, se convierte en un punto de interés, tanto para visitantes y residentes del disfrute del arte y la cultura contemporáneos buscando generar en ellos un espíritu crítico (MACBA, 2022). La Ilustración 4 muestra en forma de resumen las dinámicas del MACBA ya explicadas anteriormente.

Ilustración 4 Museu D'Art Contemporani De Barcelona



Fuente: Dani Cantó. Proyecto *Los oficios del Raval*. 2022.

Para el caso de Ecuador, uno de los centros de arte contemporáneo más conocidos es el Centro de Arte Contemporáneo de Quito (CAC), su edificio fue construido en 1900 como el Sanatorio Rocafuerte, fue cuartel para el Batallón Bolívar, sede del Antiguo Hospital Militar; y, por algunos años, funcionó como residencia multifamiliar.

De acuerdo con la Fundación Museos de la Ciudad [FMC] (2022) gracias al trabajo colaborativo y organizado de residentes locales del Barrio de San Juan, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y el Comité Permanente Pro Defensa del Antiguo Hospital



Militar, el 10 de agosto de 2009, se inaugura “El Bicentenario – Centro de Arte Contemporáneo de Quito” como un espacio abierto a diversas comunidades y enfocado al arte contemporáneo y para junio de 2011 se incorporó a la gestión de la Fundación Museos de la Ciudad.

El CAC cuenta con la programación de exposiciones temporales hasta la configuración de un sólido programa educativo, este centro de arte contemporáneo es considerado como un referente internacional al margen del proceso de espectacularización creciente que la cultura experimenta, consolidado una línea de publicaciones y potenciando el debate teórico y crítico. Además, cuenta con exposiciones realizadas en conjunto con entidades públicas y privadas como es el Premio Brasil, con el apoyo de la Embajada de Brasil, que permite difundir el trabajo de artistas jóvenes ecuatorianos y generar intercambio artístico entre Ecuador y Brasil (FMC, 2022). La Ilustración 5 permite observar algunas de las piezas de arte contemporáneo que formaron parte del Premio Brasil, en la cuál se destaca la obra de Paula Moncayo (ubicada a la izquierda).

Ilustración 5 Centro de Arte Contemporáneo de Quito



Fuente: Centro de Arte Contemporáneo. Premio Brasil. 2022



Por lo tanto, los centros de arte contemporáneo se configuran como espacios de reflexión para visitantes y residentes además de impulsar a nuevos artistas locales, enriqueciendo así la escena artística en la ciudad, visibilizando temáticas actuales con las que las personas lidian constantemente en su presente. Permitiendo también romper las barreras y limitaciones que la ciudad ha adoptado culturalmente sobre lo que es arte y lo que no, y abrir espacios de disfrute y experiencia para las personas que no han tenido la oportunidad de encontrarse con su lado artístico o creativo a través del juego, la empatía y el respeto.

2.3.2 Relación entre los centros de arte contemporáneos y el turismo

De acuerdo con García (2019) el arte y el turismo pueden conformar experiencias relacionadas, el arte como reclamo turístico tiende a ser atrayente, esto resulta evidente por medio de lo magnéticos que son ciertos edificios, obras artísticas y/u obras arquitectónicas al público.

Dentro de un destino de turismo urbano, el turista está en constante encuentro con los factores que conforman la ciudad, por lo que aumentar la oferta de espacios artísticos como los centros de arte contemporáneo es ideal y conveniente para el sector. En la actualidad, el arte puede estar distribuido en espacios que antes no albergaban obras, esto se debe a que la disposición del arte ha ido alterándose, es decir que, el arte y quienes lo practican ya no son parte de una sola clase social, el arte ya no tiene una única forma de ser expresado, consumido o admirado, un turista se puede encontrar lo artístico contemporáneo en lo cotidiano, así como en los museos principales del destino. Por esta razón, la diversificación expande las posibilidades, así como permite que los espacios se conviertan en esta vía para que el arte sea expuesto, creando así una experiencia más cercana para el espectador.

El constante crecimiento de obras artísticas y los espacios que las contienen y exponen van aumentando, por lo tanto, la competencia continúa creciendo por lo que la



competencia es mayor. Como búsqueda de nuevas fórmulas para atraer visitantes, los centros utilizan la tecnología a su favor, logrando nuevas formas de sumersión con el objetivo de diferenciarse. “Aunando centros en un principio dispersos y colaborando entre ellos creando una unificación, esto ayuda a una comunicación y logística más directa y eficaz” (García, 2019).

La razón por la que los museos y centros de arte contemporáneo son tan importantes dentro de las ciudades turísticas, es porque permiten al visitante entender o visualizar la realidad individual y colectiva de los residentes. Estos espacios permiten recorrer con los sentidos el cómo el artista representa su presente.

Visitar centros de arte contemporáneo significa también conocer al destino y a sus habitantes desde otra perspectiva, y el objetivo de este vínculo es llegar a entender que la contemporaneidad es igual de importante que los eventos históricos, si bien es cierto necesitamos de la historia para comprender el presente, sin embargo, es considerar las expresiones artísticas actuales como una propuesta de conexión con el presente, con lo humano y colectivo.

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque, alcance y diseño

Para la presente investigación se realizará un enfoque mixto, el mismo que Hernández-Sampieri y Mendoza (2008) definen como un conjunto que integra procesos críticos, sistemáticos y empíricos de la investigación con el objetivo de alcanzar un mejor conocimiento sobre el objeto de estudio, recolecta y analiza datos cualitativos y cuantitativos, así como su integración y su discusión conjunta. Chen (2006) por otro lado, describe el enfoque mixto como la integración sistemática en el mismo estudio de métodos cualitativos



y cuantitativos y que sus aproximaciones pueden ser abordadas de forma que estas conserven sus estructuras originales y al mismo tiempo los lectores obtengan una imagen más completa y detallada del objeto de estudio.

Con lo mencionado anteriormente, se utilizará este enfoque para recolectar información completa y detallada del objeto de estudio y problemática a resolver, integrando así datos cuantitativos y cualitativos de relevancia para el trabajo de titulación.

Así mismo, el alcance que se utilizará en el estudio será descriptivo que Hernández, Fernández y Baptista (2014) describen como estudios que buscan recolectar información sobre el objeto sujeto a investigación, detallar como son, se comportan, se manifiestan y someterlos a un análisis. Dentro del trabajo de titulación será importante reflejar el papel que juegan los centros de arte contemporáneos dentro del turismo urbano ecuatoriano. Es así que este tipo de alcance logrará presentar esta realidad.

Los mismos autores señalan que al contrario del diseño experimental, el diseño no experimental no modifica ni manipula una realidad, por el contrario trabaja con la información y situaciones ya existentes, el diseño experimental se clasifica en dos, el transversal y el longitudinal, en este caso se utilizará el primero, el cuál tiene por objetivo analizar la relación e interacción de las variables en un momento y tiempo único.

3.2. Población y muestra

Según López-Roldán y Fachelli (2015) la población es infinita ya que el tamaño de la muestra es pequeño a comparación de la población y además está conformada por 100000 o más unidades, la muestra son personas de 15 años en adelante que residan en Ecuador,



debido a que la población es infinita este es el cálculo que se llevará a cabo para determinar el número o fracción de muestreo:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Z= nivel de confianza (95%) – 1,96

p – ocurrencia positiva (0,5)

q – ocurrencia negativa (0,5)

e – nivel de error (5%)

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,25}{0,5^2} = 384$$

De acuerdo con la fórmula la fracción de muestreo es de 384 unidades.

3.3. Técnica de recogida de información

La herramienta de recogida de información es la encuesta (ver Anexo 1), que consiste en diez preguntas cerradas hacia un grupo de personas desde los quince a los 45 años o más que residan en Ecuador. Las preguntas están enfocadas en su mayoría al consumo del arte en general, la visita a centros de arte y el interés hacia la creación de un nuevo centro de arte contemporáneo en la ciudad de Quito, además de las posibles actividades que se propone realizar dentro de este espacio.

4. RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Resultados

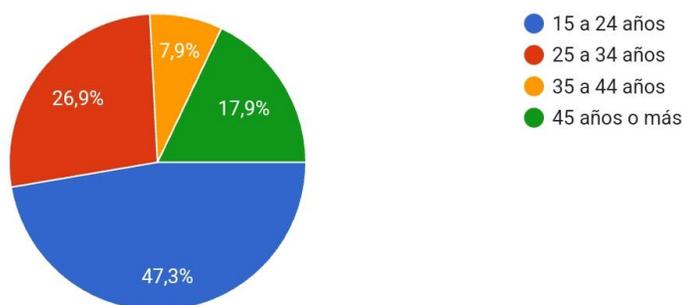
Las encuestas se realizaron en un periodo de tiempo de un mes, bajo las condiciones y características ya mencionadas en la técnica de recogida de información. A continuación, se presentan los resultados.

Como se observa en la Ilustración 6, el 47,3% de los encuestados tiene entre 15 a 24 años, el 26,9% tiene de 25 a 34 años, el 17,9% 45 años o más y el 7,9% tiene entre 35 a 44 años.

Ilustración 6 Resultados Pregunta 1

1. Escoge tu rango de edad.

391 respuestas



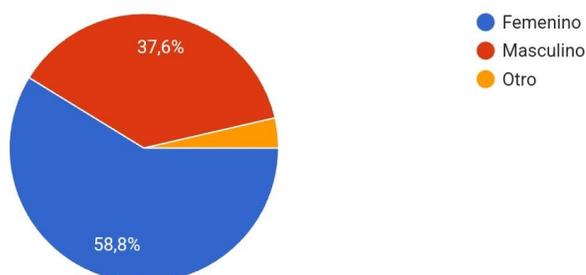


Como se observa en la Ilustración 7, en la pregunta 2 que hace referencia al género se puede ver que un 58,8% de los encuestados son mujeres, un 37,6% son hombres y un 5,6% escogieron otro género.

Ilustración 7 Resultados Pregunta 2

2. Escoge tu género.

388 respuestas

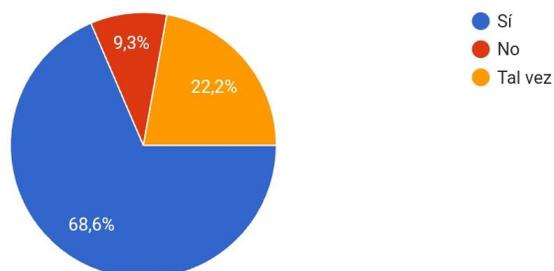


En la Ilustración 8, se observa que los encuestados en su mayoría (68,6%) se consideran personas artísticas o con afinidad al arte lo que muestra una apertura de las personas encuestadas hacia el arte y la creatividad. El 22,2% contestan que tal vez y por último un pequeño grupo que conforma el 9,3% no se considera artístico ni con interés al arte.

Ilustración 8 Resultado Pregunta 3

3. ¿Te consideras una persona artística o con afinidad hacia el arte?

388 respuestas

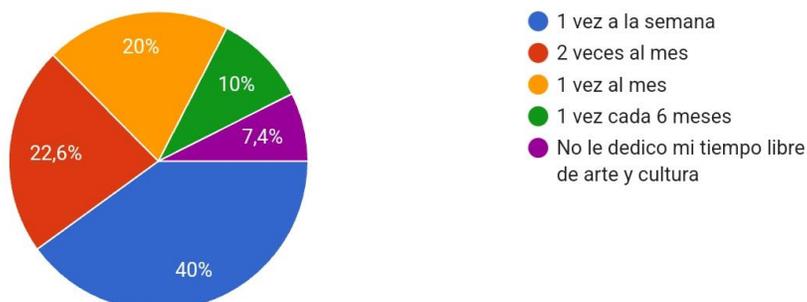


En las respuestas de la cuarta pregunta (Ilustración 9) sobre el tiempo de consumo de arte y cultura, 40% de los encuestados consumen arte o cultura una vez a la semana frente al 22,6% que realiza este consumo dos veces al mes. Un total de 30% de los encuestados consumen arte o cultura entre una vez al mes (20%) y una vez cada seis meses (10%) y, por último, se puede observar un 7,4% que no dedica su tiempo libre al arte y la cultura.

Ilustración 9 Resultados Pregunta 4

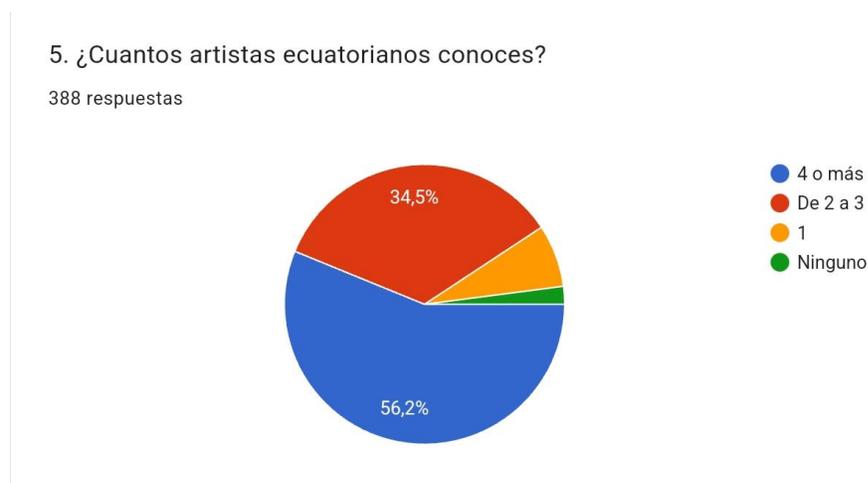
4. ¿Cuánto de tu tiempo libre le dedicas al consumo de arte y cultura?

390 respuestas



Como se observa en la Ilustración 10, los resultados de la pregunta cinco indican que el 56,2% de los encuestados conocen a 4 o más artistas ecuatorianos, lo que indica que existe una amplia escena artística dentro del país, la misma que es reconocida por los residentes. Por otro lado, un 34,5% dice conocer de 2 a 3 artistas ecuatorianos, el 7,2% dice conocer solo a uno y el 2,1% indica no conocer a ningún artista ecuatoriano.

Ilustración 10 Resultados Pregunta 5

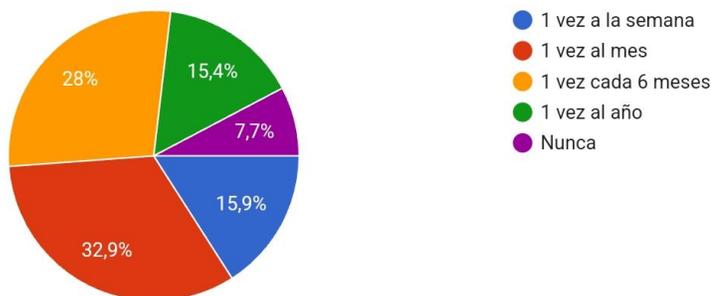


En el caso de la pregunta seis (Ilustración 11), las respuestas son variadas y con porcentajes parecidos, la mayoría de los encuestados con un 32,9% respondió que visita museos y centros de arte una vez al mes, lo que indica que un considerable número de personas visita espacios artísticos frecuentemente, el 28% asegura ir una vez cada 6 meses, el 15,9% una vez a la semana, el 15,4% una vez al año y el 7,7% nunca.

Ilustración 11 Resultados Pregunta 6

6. ¿Con que frecuencia vistas museos o centros de arte?

389 respuestas

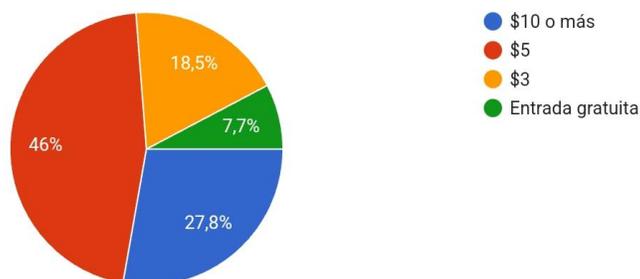


Como se observa en la Ilustración 12, esta pregunta hace referencia al costo de la entrada al centro de arte, en donde la mayoría de los encuestados (46%) están dispuestos a pagar \$5, el 27,8% \$10 o más, el 18,5% \$3 y el 7,7% preferiría una entrada gratuita. Esto significa que el 92,3% si está dispuesto a pagar por una entrada al centro de arte contemporáneo.

Ilustración 12 Resultados Pregunta 7

7. ¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por la entrada a un centro de arte contemporáneo?

389 respuestas



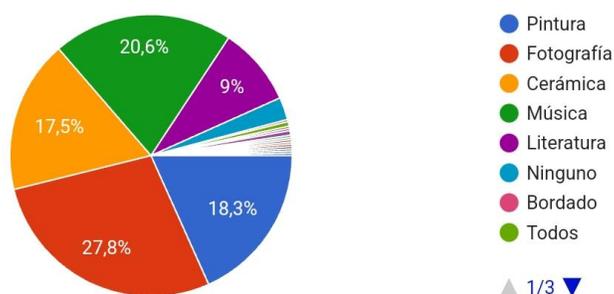


En la Ilustración 13 se observa que, dentro de la pregunta ocho existían varias posibilidades de respuesta ya que se añadió una pregunta abierta en caso de que la respuesta del encuestado no se encontrara dentro de las opciones. De todas formas, fueron 4 las respuestas más destacadas comenzando por los talleres de fotografía con el 27,8%, los talleres de música con un 20,6%, los talleres de pintura con 18,3% y los talleres de cerámica con un 17,5%.

Ilustración 13 Resultados Pregunta 8

8. ¿Qué tipo de talleres te gustaría tomar en un centro de arte contemporáneo?

388 respuestas

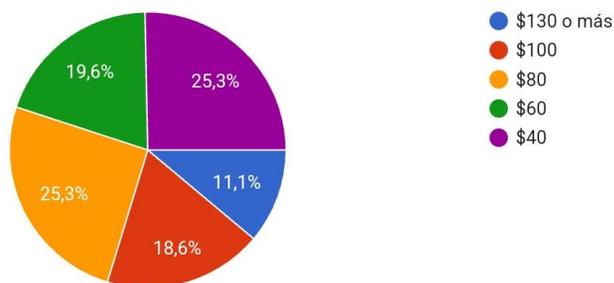


La Ilustración 14 refleja que es probablemente es la respuesta más dividida de la encuesta, las dos respuestas más comunes fueron \$80 con el 25,3% y \$40 de igual forma con el 25,3%, seguidas por \$60 con el 19,6%.

Ilustración 14 Resultados Pregunta 9

9. ¿Cuánto estarías dispuesto/a a invertir en talleres mensuales de 2 horas semanales con todos los materiales incluidos?

387 respuestas

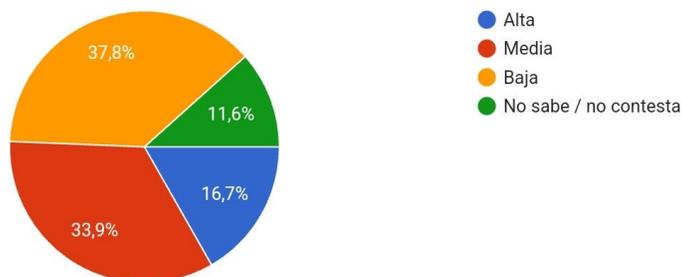


Como se observa en la Ilustración 15, en la última pregunta el 37,8% de los encuestados cree que la propuesta de espacios artísticos y culturales en la ciudad de Quito es baja, siendo este un alto porcentaje de respuesta, el 33,9% considera que la propuesta es media, el 16,7% alta y el 11,6% no sabe o no contesta.

Ilustración 15 Resultados Pregunta 10

10. Consideras que la propuesta de espacios artísticos y culturales en la ciudad de Quito es...

389 respuestas





4.2 Propuesta

4.2.1 Propuesta General

La propuesta del presente trabajo de titulación es la creación de un centro de arte contemporáneo, como complemento al turismo urbano en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha. El nombre del centro de arte contemporáneo es Tertulias, el cuál hace referencia a una conversación entre algunas personas, dentro de un espacio tranquilo acompañado de un té o café. El nombre responde al interés por construir un espacio que abarque un compartir constante y un intercambio de ideas, arte y conocimientos.

Con el análisis de los resultados, existe una escena artística local amplia en la ciudad, considerando el conocimiento de los encuestados sobre los artistas ecuatorianos, pero no hay espacios suficientes para exhibir y difundir las distintas piezas de arte, por lo que la creación de más espacios como Tertulias es indispensable. En el ámbito turístico, la creación de museos y centros de arte contemporáneo son de suma importancia dentro de las ciudades turísticas, porque permiten al visitante reconocer y observar la realidad individual y colectiva de los residentes y así recorrer con los sentidos el como el artista local representa su presente. A continuación, se detallará la marca del centro de arte contemporáneo y sus elementos.

4.2.2 La marca y sus elementos

4.2.2.1 Logo del Centro de Arte Contemporáneo

El logo (Ilustración 16), representa la comunidad de artistas y personas aficionadas al arte que se puede crear a través de Tertulias, también representa un espacio seguro en el que el miedo, la limitación y la crítica no son parte de la dinámica al expresar la creatividad de cada individuo, así este espacio aporta la confianza para que, tanto los artistas exhibiendo,



las personas dentro de los talleres de arte y los visitantes puedan sentirse bienvenidos y escuchados.

Ilustración 16 Logo del centro de arte contemporáneo



Fuente: Elaboración propia, diciembre 2022.

Los colores del logo (Ilustraciones 17,18,19) transmiten ciertas emociones a las personas que los observan, es por lo que se eligió un contraste entre rojo terracota y tonalidades de verde, que permiten mantener un equilibrio entre la confianza y la acción de atreverse a tomar riesgos a pesar del miedo, el verde transmite una sensación de hogar, de calma y se concentra en ser un espacio seguro y el negro como parte equilibrada de tonalidades que da cierta elegancia al logo.

Ilustración 17 Logometría solo imagen



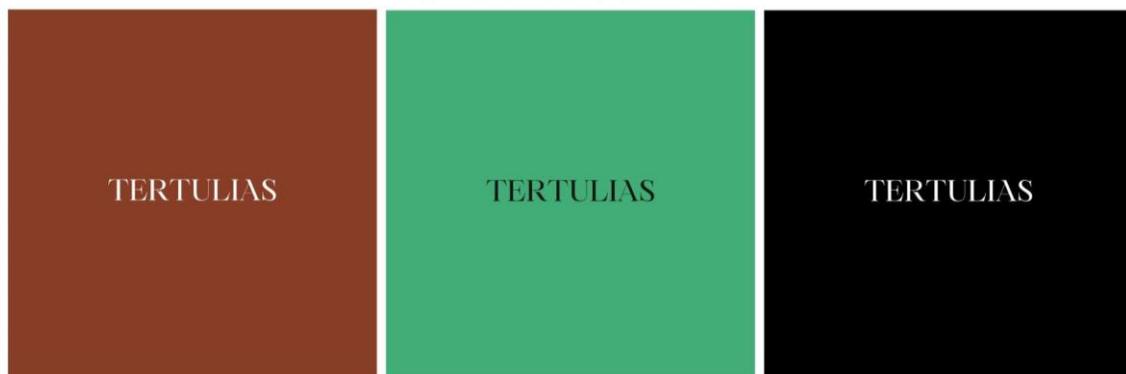
LOGOMETRÍA SOLO IMAGEN



Fuente: Elaboración propia, diciembre 2022.

Ilustración 18 Logometría solo texto

LOGOMETRÍA SOLO TEXTO



Fuente: Elaboración propia, diciembre 2022.



Ilustración 19 Cromática del logo

CROMÁTICA



#873e25	#4cb67b	#4d7563	#000000
vigor	simplicidad	hogar	elegancia

Estos colores representan la identidad de la marca, siendo una marca orientada al turismo cultural y urbano, así como al arte. El vigor nos habla de la energía interior, aquella fuerza de voluntad que nos ayuda a llevar a cabo aquello que queremos por lo que es un color que invita al cliente a arriesgarse a accionar eso que tanto teme, la simplicidad ayuda al cliente a visualizar una facilidad y por ende confianza, el sentido del hogar, este espacio pretende ser un segundo hogar para muchxs artistas, y la elegancia que debe prevalecer a pesar de todo en una marca.

Fuente: Elaboración propia, diciembre 2022.

El slogan “Un compartir constante” hace referencia al intercambio que todas las personas involucradas en el proyecto pueden obtener, Tertulias es un espacio que invita el compartir, arte, conocimientos, espacios, creatividad, procesos e intereses, y también demuestra el compromiso del lugar hacia sus usuarios y colaboradores.

4.2.2.2 Misión del Centro de Arte Contemporáneo

La misión de Tertulias es ser un espacio de exhibición, difusión y educación artística, enfocada en el arte contemporáneo local emergente y el acercamiento al mismo a través de visitas turísticas guiadas y talleres de arte. Tertulias abre las puertas a artistas de distintas áreas (pintores, escultores, fotógrafos, músicos, entre otros) que mediante la exposición de su trabajo quieran transmitir un mensaje importante hacia el público general. Este espacio más allá de funcionar exhibiendo y difundiendo arte, busca obtener un vínculo con el turismo urbano y los turistas. Mediante una visita guiada al centro de arte contemporáneo se pretende



exponer obras y colecciones temporales y permanentes de artistas ecuatorianos que permitan al turista conocer la realidad del destino que visitan desde otro punto de vista. El arte contemporáneo no es más que una representación del presente y el que los turistas contemplen este presente colectivo e individual de los artistas locales creará un vínculo emocional importante en su visita a la ciudad de Quito.

Como conclusión la composición del logo se alinea de manera exacta al concepto y propósito del centro de arte contemporáneo, y a pesar de ser un espacio único y nuevo, se debe tomar en cuenta la existencia otros lugares en el Distrito Metropolitano de Quito en los con propuestas parecidas a la de Tertulias. En la Ilustración 20 se observan dentro de un de un mapa de la ciudad, diecisiete establecimientos en donde actualmente se puede encontrar arte contemporáneo local.

4.2.3 Ubicación del lugar y competencia directa

Ilustración 20 Mapa del DMQ y espacio de arte contemporáneo



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

Los establecimientos seleccionados en la Ilustración 20 son aquellos que de alguna forma abren espacios para el arte contemporáneo, algunos funcionan para exhibir obras de artes plásticas, otros se encargan de difundir el trabajo de emprendedores, artistas, artesanos y diseñadores ecuatorianos, otros imparten talleres de diferentes tipos de arte y el resto crea eventos o presentaciones para artistas musicales emergentes en el país, por lo que los propósitos de estos lugares están directa o indirectamente relacionados con los propósitos de Tertulias y la ubicación de cada uno de ellos afectará en la decisión sobre la delimitación de su espacio físico. Para completar la información del mapa se ha generado también una tabla que especifica en que sector de la ciudad se encuentra ubicado cada establecimiento.

Ilustración 21 Tabla Ubicación de espacio de arte contemporáneo en el DMQ

	Espacio Arte Contemporáneo	Ubicación	Sector
1.	Centro de Arte Contemporáneo	Centro Histórico de Quito	Centro
2.	Centro Cultural Metropolitano	Centro Histórico de Quito	Centro
3.	N24 Galería de Arte	La Floresta	Centro Norte
4.	The Collector's Club	Parque Central de Cumbayá	Valles
5.	Centro Cultural Benjamín Carrión (Sede Bellavista)	Bellavista	Norte
6.	La Imaginativa	La Floresta	Centro Norte
7.	Galería Q	Cumbayá (Paseo San Francisco)	Valles
8.	Shungo Studio	Iñaquito Bajo	Norte
9.	Puente Laboratorio de Creación Artística	El Inca	Norte
10.	Spacio Cultural Quito	El Ejido	Centro Norte
11.	La Nube Casa Cultural	Quito Tennis	Norte



12.	La Minga Galería	La Pradera	Norte
13.	Media Agua	La Floresta	Centro Norte
14.	Teatro Bolívar	Centro Histórico de Quito	Centro
15.	Casa Buenaventura	La Mariscal	Centro Norte
16.	Casa Uvilla	Miraflores	Centro Norte
17.	No Lugar Arte Contemporáneo	Centro Histórico de Quito	Centro

Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

Como se puede observar en las Ilustraciones 20 y 21, dentro de todo el mapa de Quito, la mayoría de los establecimientos de arte contemporáneo se centran en una zona en específico, la mayoría de estos se encuentran en sectores como La Floresta o barrios del centro histórico de la ciudad, es decir, en los sectores del Centro y Centro Norte de la ciudad, lo cual permite afirmar que si hay zonas específicas donde la gente se mueve en la ciudad de Quito en búsqueda de actividades relacionadas con el arte local contemporáneo. Lo que genera la duda sobre cual sería la mejor ubicación para llevar a cabo el proyecto presentado en este trabajo. Si bien es cierto el objetivo del centro de arte no es diversificar las zonas donde se encuentran espacios de arte contemporáneo, por el contrario, lo que busca Tertulias es complementar una oferta de espacios artísticos en la ciudad turística de Quito, por lo que se decide que la ubicación ideal para un centro de arte contemporáneo como Tertulias es el barrio de la Floresta.

Según la Universidad San Francisco de Quito (2014), el barrio de La Floresta resulta beneficiado por algunas de sus condiciones urbanas, como abarcar zonas universitarias, hospitales y contar con varios artistas, artesanos y diseñadores locales (Ilustración 22). La misma fuente detalla que en 2014 el barrio tenía 5758 mil habitantes (53% hombres y 47% mujeres), con un porcentaje menor al 2% en analfabetismo y discapacidad, se lo considera un barrio joven, ya que el 30% de sus habitantes tiene entre los 20 y 35 años de edad.



Considerando estas últimas cifras y comparándolas con los resultados de la primera pregunta de la encuesta del presente trabajo (Ilustración 6), se indica que una de las razones principales por las que se ubica el proyecto en este barrio, es porque justamente se lo considera un barrio joven, en donde gran parte de su oferta artística y turística está enfocada en la “Generación Z” y una gran parte de los “Millenials”, este último viene a ser el segundo mercado con mayor acogida en la encuesta realizada. Otro factor importante es que tiene cercanía con estudiantes universitarios, así como con artistas de la zona, y se considera que ambos llegarían a ser usuarios ideales para Tertulias.

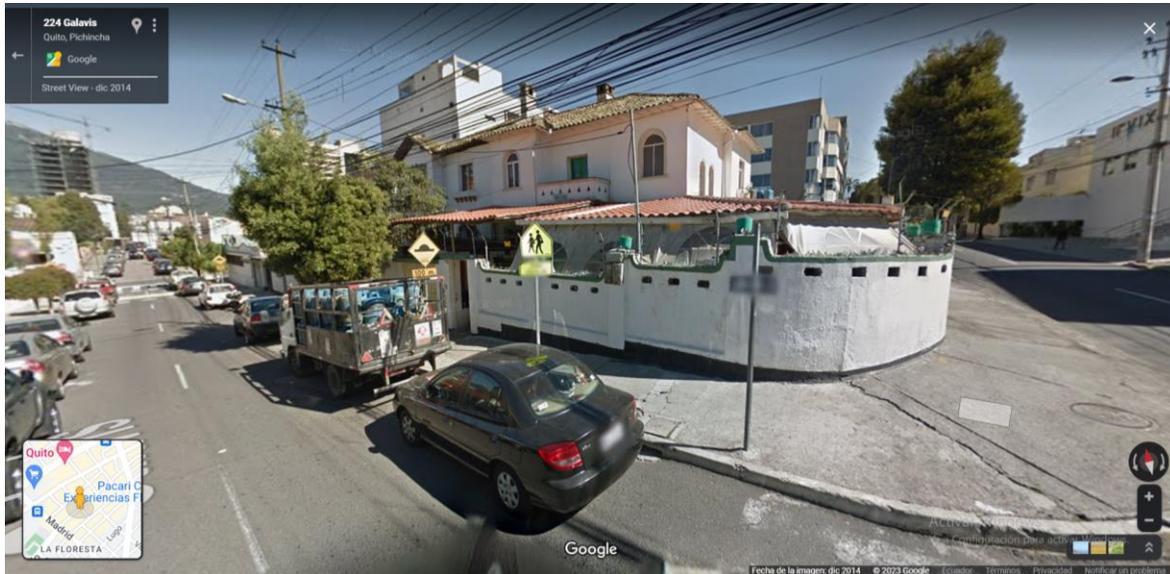
Ahora se explicará brevemente porque el barrio de La Floresta (Ilustración 22) y su oferta de espacios artísticos contemporáneos completan la oferta de turismo urbano en la ciudad de Quito. Según USFQ (2014) el barrio de la Floresta es reconocido por su historia y crecimiento urbano, por lo que es considerado uno de los más icónicos y patrimoniales de la ciudad, tomando en cuenta el valor arquitectónico e histórico de sus edificaciones que se han logrado mantener a través de los años, especialmente en las zonas del parque Miravalle, la calle Lugo, la Vizcaya y Francisco Salazar, lo cuál resulta beneficioso ya que lo hace atractivo turísticamente.



Se puede concluir afirmando que La Floresta se ha convertido en un espacio de emprendimientos culturales locales dentro de Quito y se relaciona directamente con otros hitos importantes a nivel de ciudad como son la Casa de la Cultura y el Centro Cultural Itchimbía. Por otro lado, lugares concurridos en la zona como el cine y cafetería Ocho y Medio, las zonas universitarias y ciertos restaurantes también se han convertido en puntos de encuentro a nivel de ciudad (USFQ, 2014). Esto ha hecho de este barrio la ubicación ideal para Tertulias Centro de Arte Contemporáneo, debido a las personas que residen y frecuentan este sector, la existente oferta de espacios artísticos y culturales y lo atractiva que esta zona turísticamente debido a su historia y patrimonio.

La posible ubicación del centro de arte contemporáneo es una casa blanca esquinera entre las calles Toledo y Galavis (Ilustración 23), se utiliza esta referencia ya que, es un lugar que actualmente no se encuentra funcionando ni como residencia ni de forma comercial, también porque ha sido el espacio físico de otros proyectos culturales como la casa taller La Ortiga y se considera que es una ubicación favorecida ya que tiene cerca a establecimientos destacados de la zona como el cine y cafetería Ocho y Medio y la ya mencionada galería de arte N24 (Ilustración 24), esta última viene a ser la competencia directa del proyecto el presente trabajo.

Ilustración 23 Posible ubicación del centro de arte contemporáneo



Fuente: Google Maps. 224 Galavis, diciembre 2014.

Ilustración 24 Posible ubicación del centro de arte contemporáneo y competencia directa



Fuente: Elaboración propia. Información obtenida por Google Maps, enero 2023.

Analizado este sector de la ciudad, todo lo que la rodea y la compone, a continuación, será comentado el vínculo que el barrio tiene con el desarrollo del centro de arte contemporáneo. Son tres los establecimientos de arte contemporáneo que se encuentran en la misma zona que Tertulias, ubicadas en el barrio de La Floresta, los establecimientos son: N24 Galería de Arte, Media Agua y La Imaginativa. N24 viene a ser la competencia directa ya que se encuentra dentro de un radio de influencia de 500 metros, N24 (Ilustración 25) es una galería de arte contemporáneo, ubicada en las calles Isabel La Católica y Galavis, “es un espacio dedicado a mostrar diferentes expresiones del arte del Ecuador y del mundo” (N24,2023), se caracteriza por ser un lugar vanguardista, alternativo y sin restricciones, que tiene por objetivo generar eventos artísticos y crear exposiciones de calidad.

Ilustración 25 N24 Galería de Arte



Fuente: N24 Galería de Arte. Acerca de N24 Galería de Arte, enero 2023.

4.2.4 El espacio físico del centro de arte contemporáneo

Para el presente trabajo es importante visualizar una idea de lo que será el espacio físico del centro de arte contemporáneo, por lo que a continuación se muestra un plano tentativo del lugar y se explica los elementos que lo componen.

Ilustración 26 Plano tentativo del centro de arte contemporáneo



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

En la Ilustración 26 el espacio físico está compuesto de dos ambientes principales, el primero es aquel que será utilizado para exhibir obras de arte temporales y/o permanentes, está compuesto por paredes por las cuales los visitantes pueden recorrer el sitio y una tarima destinada a presentaciones musicales o proyectos finales del taller de música, este ambiente

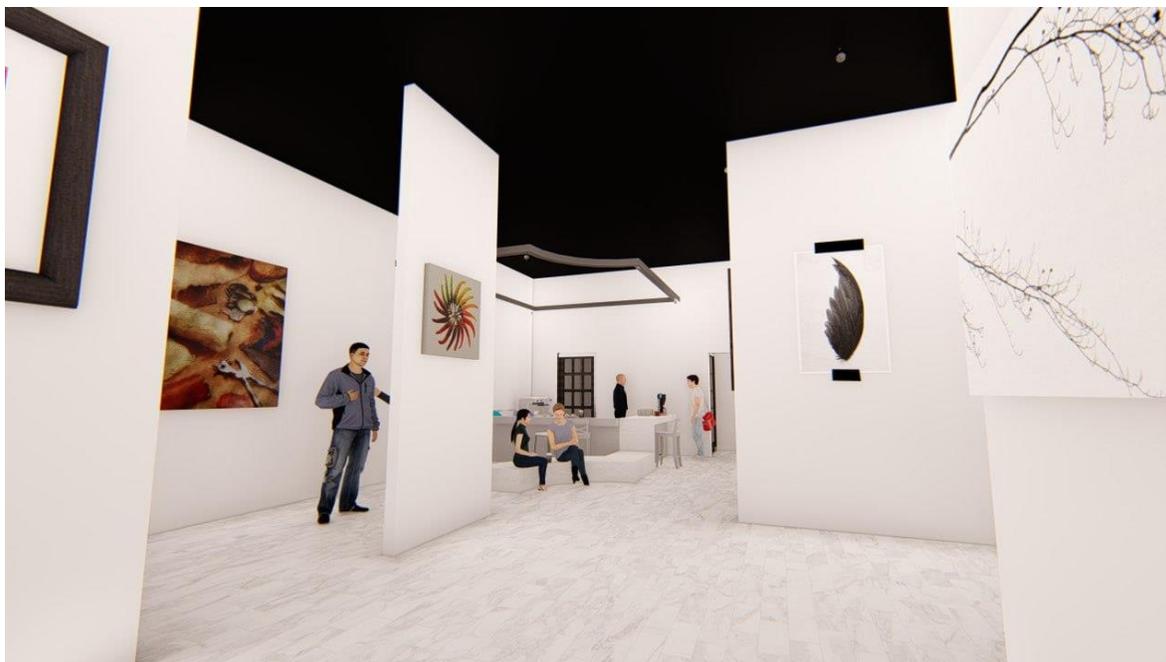
está directamente relacionado con la propuesta general ligada al turismo urbano (Ilustraciones 27 y 28).

Ilustración 27 Ambiente 1 espacio para exhibiciones



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

Ilustración 28 Ambiente 1 espacio para exhibiciones



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

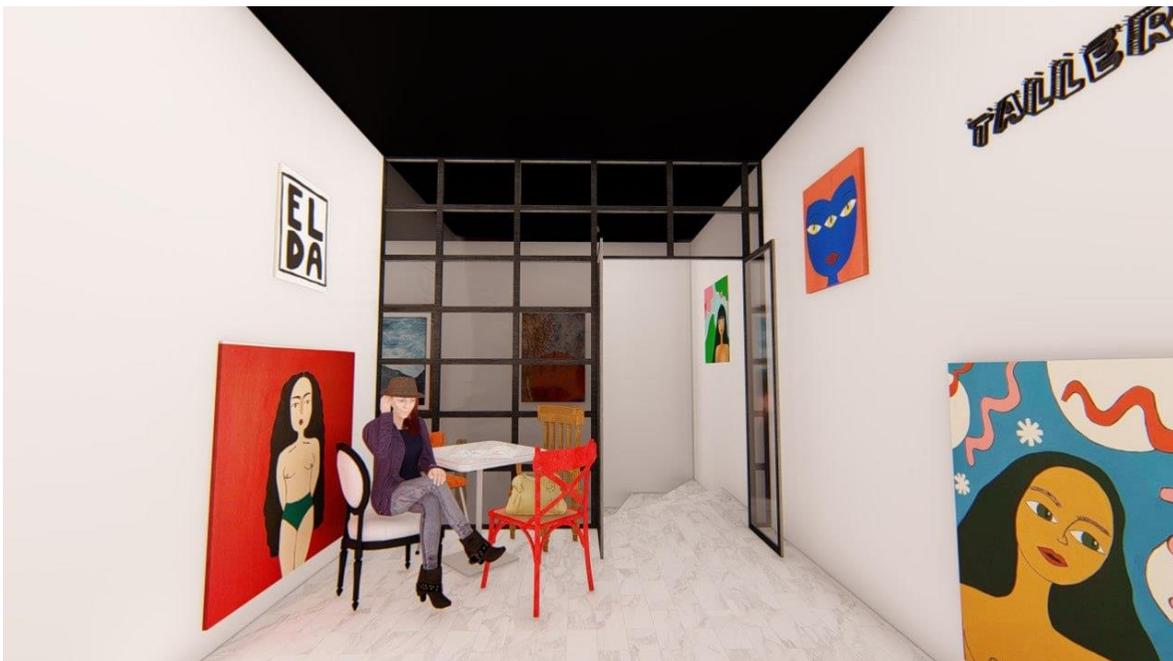
El segundo ambiente (Ilustraciones 29 y 30), es el taller, donde las distintas clases que ofrece el centro de arte toman forma, como: talleres de pintura, fotografía, música y cerámica, este espacio está diseñado para adaptarse a los diferentes materiales y a las dinámicas requeridas por cada clase, por lo que se puede usar de diversas formas y las herramientas como sillas, mesas, caballetes y mueblería son flexibles y movibles.

Ilustración 29 Ambiente 2 taller



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

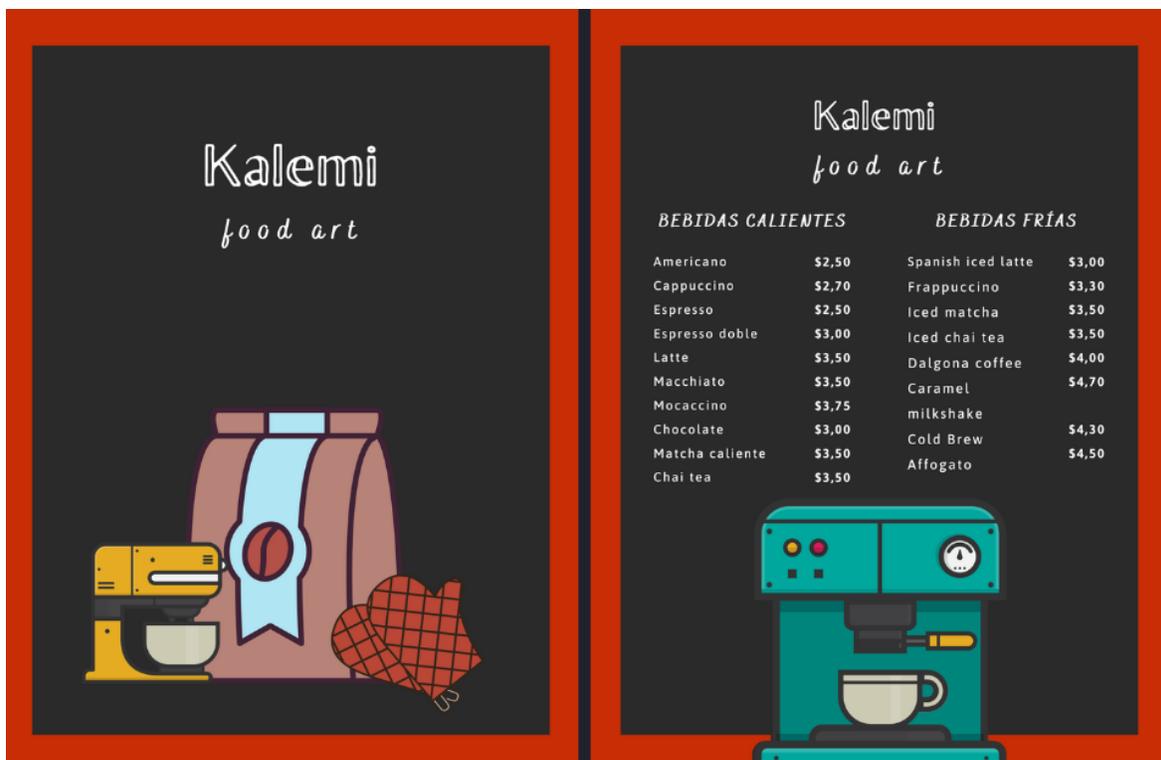
Ilustración 30 Ambiente 2 taller



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

Como ambiente secundario está el mini spot de cafetería, que es un servicio complementario contratado, que será llevado a cabo por el emprendimiento Kalemi FoodArt, donde se preparará café, infusiones, postres, entre otros. En la Ilustración 31 el menú exacto que este emprendimiento proveerá al centro de arte contemporáneo.

Ilustración 31 Menú del proveedor Kalemi FoodArt



Kalemi food art POSTRES		Kalemi food art SALADOS	
Cake de yogurt y arándanos	\$2,80	Sanduche de pavo	\$3,20
Cake de limón y frambuesas	\$2,80	Sanduche de pollo	\$2,80
Cake de zanahoria	\$2,90	Sanduche veggie	\$3,20
Cake de banana	\$2,50	Sanduche mixto (jamón y queso)	\$3,20
Cake de zapallo	\$2,50	Empanada de verde (pollo, queso; carne)	\$1,80
Pastel de naranja	\$2,50	Empanada de verde veggie (champiñones)	\$1,50
Torta mmojada de chocolate	\$3,20	Empanada de verde (camarón)	\$2,00
Cheesecake horneado de frutos rojos	\$3,25	Quiche Lorraine	\$2,80
Cheesecake refrigerado de frutos rojos	\$3,25	Torta de choclo	\$2,00
Mouse de maracuyá	\$3,00	Croquetas de garbanzo	\$1,00
Pie de manzana y canela	\$3,00		
Pie de limón	\$3,00		
Cinamoon rolls	\$1,80		



Fuente: Elaborado por Kalemi FoodArt, enero del 2023.

Por último, este espacio lo componen los ambientes restantes como los baños de los visitantes, la zona fría de almacenamiento que está vinculada con la zona caliente de la cafetería, y los espacios para los colaboradores como el área de descanso y los baños. Todo esto conforma el espacio físico de Tertulias Centro de Arte Contemporáneo.

4.2.5 Ventajas competitivas y talleres de arte.

Las ventajas competitivas según Porter (2015) son necesarias para que un empresa, emprendimiento o proyecto se diferencie de sus competidores y que a través de una oferta de valor única los clientes prefieran un producto o servicio sobre otro. Las ventajas competitivas de Tertulias son que además de ser un espacio de exposición, difusión y creación de arte contemporáneo, es también una experiencia de turismo urbano dentro de la ciudad y tiene



una propuesta creativa de clases de diferentes tipos de expresión artística, las cuales son explicadas a continuación.

Los talleres, por otro lado, son una invitación a todas las personas que quieran explorar su creatividad de una forma libre, amable y en un espacio seguro sin sentirse juzgadas, el objetivo de los talleres es eliminar las limitaciones y el miedo que puede causar en las personas el empezar a desarrollar una habilidad creativa desde cero o a una cierta edad, así como crear espacios donde la comunidad de artistas emergentes y ya existentes puedan intercambiar ideas, conocimientos y talentos. Como lo confirman los resultados de la pregunta 8 en la Ilustración 13, los talleres más demandados por los encuestados son los talleres de pintura, fotografía, música y cerámica, de igual forma como lo expresa la pregunta 9, los talleres dentro del centro de arte contemporáneo contarán con todos los materiales requeridos, esto y más detalles en la propuesta de cada uno de ellos a continuación.

4.2.5.1 Taller de pintura Libérate

El taller de pintura Libérate (Ilustración 32) pretende provocar un sentimiento de continuo encuentro con la creatividad que habita en cada participante, abrazando el miedo, priorizando el proceso antes que el resultado y dándole espacio al error, rompiendo con la idea de que el arte es simplemente una técnica perfecta. Se inicia este taller preguntado a los alumnos el significado del arte para cada uno de ellos, también se les pide tomar en cuenta el como se sienten antes, durante y después de cada clase, enfocando el proceso de aprendizaje hacia una experiencia personal y emocional, es así que otra de las actividades del taller consiste en que una vez terminada la clase, cada alumno exhibirá y explicará frente a todos sus compañeros su creación del día y recibirá comentarios y feedback de cada uno de ellos, creando así un espacio seguro y una comunidad cercana entre ellos. Por último, dentro del taller los materiales serán diversos en cada clase para llegar a la conclusión de que se puede crear arte a partir de la nada, así como a partir del todo.

Ilustración 32 Referencia Taller de pintura Libérate en Tertulias

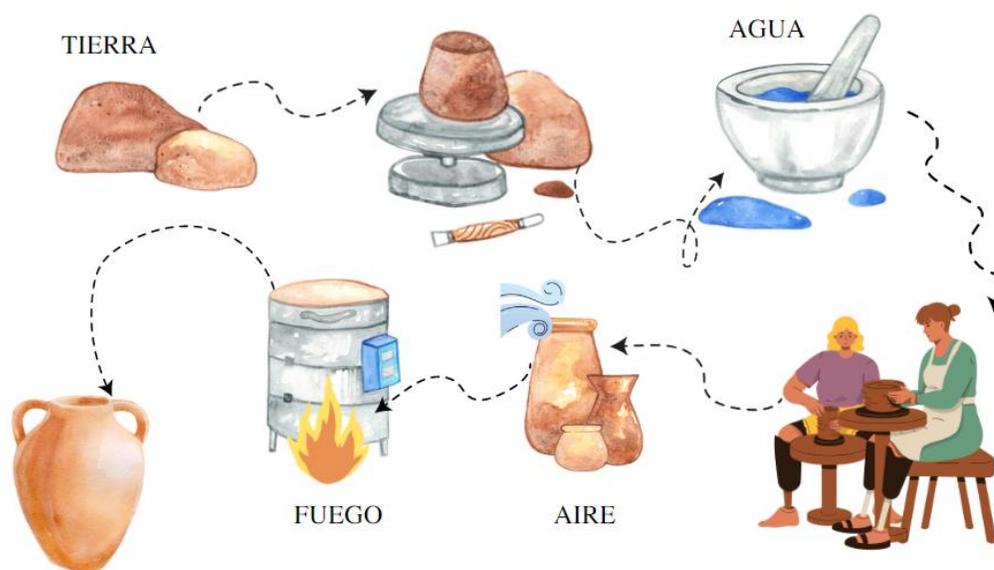


Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

4.2.5.2 Taller de cerámica Mi Espacio Sagrado

El taller de cerámica Mi Espacio Sagrado (Ilustración 34) es una serie de clases donde los alumnos aprenderán únicamente con la técnica de moldeado de arcilla, es decir que no se utilizarán tornos y el proceso completo tiene como enfoque conectar con la tierra y que los participantes inviertan su tiempo en una actividad generadora de paciencia y cuidado. El taller está compuesto de 3 fases, la primera es el modelado de las piezas, una de las bases para realizar este taller es la comprensión de la importancia que los cuatro elementos (tierra, agua, aire y fuego) tienen dentro de este primer proceso, explicado en la Ilustración 33, también los alumnos aprenderán que en este taller todo cabe y que el error, el quiebre de piezas, o la pérdida completa de estas, son parte de un proceso y que siempre se puede empezar de cero. La segunda fase consiste en la creación de diseños para las piezas de cerámica y por último la materialización de estos diseños pintando las piezas, este último procedimiento invita a no tener expectativas y dejarse sorprender por los resultados que usualmente son los cambios de tonalidad de los colores utilizados en la cerámica, convirtiendo esta experiencia artística en magia.

Ilustración 33 Proceso cerámica y los cuatro elementos



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

Ilustración 34 Referencia Taller Mi Espacio Sagrado en Tertulias



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.



4.2.5.3 Taller de música Puentes

Puentes (Ilustración 35) es la siguiente propuesta a presentar, es un taller de música experimental, donde los participantes podrán encontrar la música mediante los sonidos de lo cotidiano, así como entender la importancia del ruido y el silencio. El objetivo de este taller es entender que los diferentes sonidos pueden ser un puente hacia las emociones y sensaciones humanas, a continuación, algunas de las actividades que propone el taller dentro de las clases:

- Estudio de canciones y formas sencillas de componer.
- Salidas a las calles cercanas de La Floresta para entender la música de lo cotidiano.
- Clases de improvisación.
- Búsqueda de mi voz interior.
- Proyectos grupales e individuales.
- Un gran evento final de graduación en el centro de arte contemporáneo Tertulias.

Todo esto con el uso de instrumentos de segunda mano, reciclados o alternativos buscando una forma sostenible de crear música.

Ilustración 35 Referencia Taller Puentes en Tertulias



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

4.2.5.4 Taller de fotografía Espejismos

Por último, el taller de fotografía digital llamado Espejismos (Ilustración 36), se enfoca en los conceptos básicos y generales, además de resaltar la importancia del concepto detrás de cada foto. También es una forma de encontrar diferentes puntos de vista, a través de la exploración de texturas y encuadres de elementos que se encuentran en el día a día, algo que también abarca este curso es el análisis del por qué hay ciertos eventos o situaciones que



se quieren retratar, invitando a entender a los alumnos que aquello que retratan es un espejismo y tiene un mensaje. Algunas de las clases del taller son:

- Street photography en el barrio de La Floresta.
- Conceptos básicos y generales de fotografía.
- Retratar es ser retratado.
- Fotografiar lo cotidiano.

Algunas de las temáticas de las clases serán escogidas por los participantes dando lugar a la creatividad y cultivando ideas propias constantemente, por último, los estudiantes realizarán una exposición de graduación en Tertulias. (Este taller no incluye materiales, los participantes deberán llevar sus celulares o cámaras digitales).

Ilustración 36 Referencia Taller Espejismos en Tertulias



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.



4.2.8 Propuesta turística y alianzas estratégicas

Para la realización de este apartado se tomó en cuenta en donde va a estar ubicado el centro de arte contemporáneo y se eligió como una de las alianzas estratégicas al Colectivo De La Floresta, el cual es una “plataforma de desarrollo cultural comunitario que agrupa a artistas, gestores culturales y emprendimientos culturales autogestionados en La Floresta” (Colectivo De La Floresta, 2023). Esta alianza es beneficiosa para el proyecto del presente trabajo porque además de tener el respaldo de una comunidad, el colectivo se encarga también de la difusión de información relevante de cada uno de sus integrantes y también organiza eventos y ferias en donde muchos de los espacios se pueden dar a conocer.

Así como el establecimiento se une a un colectivo artístico y cultural para tener una red de apoyo en cuanto a su desarrollo artístico y educacional, también crea una ruta turística urbana para visibilizar el arte contemporáneo local en conjunto con algunos centros culturales, galerías y tiendas de arte del barrio de La Floresta. Las alianzas estratégicas que formará Tertulias serán con Media Agua (Galería de Arte), N24 Galería de Arte, La Imaginativa (tienda de diseño y arte local), el cine y cafetería Ocho y Medio y la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo. Los visitantes serán capaces de experimentar la cotidianidad de los residentes a través de su arte, las diferentes exposiciones de arte contemporáneo serán un portal para vivir la realidad del destino de una manera más real, cruda y personal. La idea es involucrar al visitante con el proceso creativo de los artistas y que el recorrido por varios espacios cree un vínculo emocional entre él y su experiencia turística en la ciudad de Quito. En la Ilustración 37 una referencia de las visitas guiadas.

Ilustración 37 Referencia de las visitas guiadas



Fuente: Elaboración propia, enero 2023.

4.2.6 Costos generales

Una vez explicada la propuesta general, es importante detallar los costos generales mensuales (Ilustración 38) que Tertulias generará una vez el espacio se encuentre operando.



Ilustración 38 Costos generales mensuales

Costos mensuales			
Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
1	Agua	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Luz	\$ 70,00	\$ 70,00
1	Internet	\$ 115,00	\$ 115,00
1	Seguridad	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Guía turístico / cultural	\$ 225,00	\$ 225,00
1	Administración	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Redes sociales	\$ 225,00	\$ 225,00
1	Publicidad	\$ 100,00	\$ 100,00
Total			\$ 1.685,00

En la Ilustración 38 solo se toman en cuenta los costos mensuales y no la inversión total del proyecto, esta tabla hace referencia únicamente a lo que el establecimiento deberá pagar durante el mes. Como los resultados justifican, la mayoría de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$5,00 por la entrada al centro de arte contemporáneo, por otro lado el 50% de las ganancias de las entradas vendidas estará destinada al artista que se encuentre exhibiendo en ese momento, lo que quiere decir que para que el establecimiento no genere ninguna pérdida económica, 3674 entradas deben ser vendidas mensualmente, lo que dividido para 30/31 días calcula un promedio de 22 visitantes diarios/entradas vendidas.

4.2.7 Costos talleres

Una vez calculados los costos generales, los costos de los talleres (Ilustración 39) serán calculados, para esto es importante tener en cuenta que la cantidad de los materiales puede variar de acuerdo con la cantidad de participantes, por lo que el curso podrá comenzar



con un mínimo (Ilustración 41) en donde los resultados no generen ninguna pérdida económica al establecimiento.

Ilustración 39 Costos mensuales taller de pintura y taller de cerámica

Costos mensuales taller de pintura		
Cantidad	Detalle	Valor unitario
1	Lienzos	\$ 10,00
1	Pinceles	\$ 5,00
1	Pinturas	\$ 12,00
1	Otros	\$ 5,00
Total		\$ 32,00

Costos taller cerámica mensual		
Cantidad	Detalle	Valor unitario
1	2 libras de arcilla	\$ 2,00
1	Herramientas para moldear	\$ 5,00
1	Pinceles	\$ 5,00
1	Pinturas	\$ 18,00
1	Quemas	\$ 2,00
1	Otros	\$ 5,00
Total		\$ 37,00

Tanto el taller de pintura como el de cerámica requieren de materiales estrictamente necesarios y no reutilizables, y el total del costo total en las tablas hace referencia a la cantidad de inversión que se realizaría por participante cada mes, sin contar el salario del instructor del taller. En el caso de los costos de los talleres de fotografía y música, no se necesita invertir mensualmente en materiales, ya que, en el primero cada alumno lleva su



celular o cámara digital y en el segundo utilizan instrumentos musicales de segunda mano, reciclados o sostenibles que son parte de una inversión inicial. Para aclarar la cantidad mínima de participantes que se necesitará por taller, se presentará el horario de los talleres a continuación.

Ilustración 40 Horario de talleres en el centro de arte contemporáneo

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
9:00 a 11:00						Taller Espejismos	Taller Puentes
11:00 a 13:00						Taller Libérate	Taller Mi Espacio Sagrado

Como lo describe la Ilustración 40, los talleres duran dos horas semanales, es decir, un total de ocho horas mensuales, y estos serán impartidos por diferentes instructores, el valor que se considera apropiado gastar en salarios es de \$25,00 por clase, por lo tanto, \$100,00 mensuales. Los encuestados indican que estarían dispuestos a pagar entre \$40,00 a \$80,00, por lo que, se calcula la media entre estos dos precios, teniendo un monto de \$60,00 que sería el valor final por cobrarse en cada taller. Lo que significa que el taller de pintura y el taller de cerámica deberán tener un mínimo de tres participantes para poder abrirse y esa cantidad es aplicada al resto de los talleres. En la Ilustración 41 está explicado el porqué de esta conclusión.



Ilustración 41 Mínimo de participantes por taller

Estado de Resultados Taller Pintura

Costos y Gastos		Ingresos	
Lienzos	\$ 10,00	1 estudiante	\$ 60,00
Pinceles	\$ 5,00	2 estudiante	\$ 60,00
Pinturas	\$ 12,00		
Otros	\$ 5,00		
Sueldo instructor	\$ 100,00		
Total de Costos y Gastos	\$ 132,00	Total de Ingresos	\$ 120,00
		Utilidad/Pérdida	\$ -12,00

Estado de Resultados Taller Cerámica

Costos y Gastos		Ingresos	
2 libras de arcilla	\$ 2,00	1 estudiante	\$ 60,00
Herramientas para moldear	\$ 5,00	2 estudiante	\$ 60,00
Pinceles	\$ 5,00		
Pinturas	\$ 18,00		
Quemas	\$ 2,00		
Otros	\$ 5,00		
Sueldo instructor	\$ 100,00		
Total de Costos y Gastos	\$ 137,00	Total de Ingresos	\$ 120,00
		Utilidad/Pérdida	\$ -17,00

La Ilustración 41 demuestra que para el taller de pintura y el taller de cerámica no se puede admitir solamente uno, ni dos participantes, ya que en ese caso significaría una pérdida para el establecimiento, lo que comprueba que se necesita un mínimo de tres, al igual que en el resto de los talleres.



4.3 Conclusiones

- Como conclusión, los espacios culturales y centros de arte contemporáneo dentro de la oferta del turismo urbano de Quito son de alta importancia, entendiendo los mismos como un complemento que forma parte de la cotidianidad de la ciudad y la contemporaneidad de esta, y que la fusión de lo artístico contemporáneo y el turismo urbano pueden vincularse para generar nuevas perspectivas más reales y naturales sobre el ambiente en el que verdaderamente se está desarrollando el turismo.
- Mediante las encuestas se evidencia la alta demanda y la baja propuesta de espacios artísticos y culturales dentro de la ciudad y por lo tanto la necesidad de crear más lugares así. Se logró identificar 17 establecimientos en donde se encuentra arte contemporáneo local, la mayoría de ellos se situaron en el centro histórico y en el barrio de La Floresta, y a partir de estos datos se delimitó la ubicación del proyecto del presente trabajo con el propósito de complementar la oferta artística en el barrio de La Floresta.
- La demanda potencial del centro de arte contemporáneo son personas de 15 a 24 años que corresponden a la “Generación Z”, en su mayoría mujeres artísticas o con afinidad al arte de clase media alta, que invierten su tiempo libre en el consumo de arte o cultura, con interés de tomar talleres creativos e insatisfechas con la propuesta artística y cultural de la ciudad de Quito. Como se evidencia en la Ilustración 6, las personas encuestadas en su mayoría tienen de 15 a 24 años con un porcentaje de 47,3%, llegando estos a ser menos de la mitad de los encuestados, lo que significa que dentro del mercado del turismo urbano – en este caso enfocado al arte contemporáneo – el público joven es en el que se puede encontrar mejor respuesta e interés a proyectos como el propuesto en este trabajo de titulación. Otra forma de interpretar el porcentaje más alto de la primera



respuesta es haciendo referencia a los nombres de las generaciones, según Beresford Research (2022) las personas que nacieron entre 1997 y 2012 son llamados “Generación Z”, es decir edades entre 10 a 25 años, por lo que se podría decir que el 47,3% de las personas que respondieron a la encuesta pertenecen a la generación Z, según Dimock (2019) las características de estas personas están relacionadas con la tecnología, su activismo social y un entendimiento de la vida a través de distintas perspectivas individuales y globales.

- La propuesta general se vincula con el turismo urbano, es una oportunidad para los turistas de conocer un destino desde otra perspectiva y de entender a Quito como una ciudad artística y moderna a través de un recorrido por el centro de arte contemporáneo y sus exhibiciones temporales y/o permanentes. Las propuestas específicas, por otro lado, hacen referencia a los talleres que se llevarán a cabo dentro del espacio, los cuales son cuatro: Libérate, taller de pintura; Mi Espacio Sagrado, taller de cerámica; Puentes, taller de música; Espejismos, taller de fotografía. Estas propuestas fueron construidas a partir de los intereses de las personas encuestadas, siendo estos cuatro temas, los favoritos de todos.

4.4 Recomendaciones

- Para un futuro, Tertulias, centro de arte contemporáneo puede enfocarse en visibilizar el arte de las personas de la comunidad LGBTIQ+, abriendo así camino en la escena artística a grupos que han venido siendo silenciados durante mucho tiempo, así como talleres gratuitos para personas que forman parte de casas de acogida trans y queer.



- Crear espacios y talleres impartidos por y para mujeres, en donde se creen comunidades femeninas de artistas – emergentes – dentro de la ciudad.

- Eliminar el adultocentrismo dentro del centro de arte contemporáneo, integrando actividades para niños y niñas, empezando por una educación actualizada del arte enfocada en el juego, la experimentación y la libertad.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcalde, J., Guitart, N., Pitarch, A., Vallvé, O. (2018). De la turismofobia a la convivencia turística: el caso de Barcelona. Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín. *Revista de Investigación En Turismo*, Vol. 8(2), Págs. 25-34. <https://revistes.ub.edu/index.php/ara/article/view/21980>

Arrieta Urtizberea, I. (2012). La interrelación entre los sistemas turístico y patrimonial: Más allá de los discursos apoloéticos y las prácticas reduccionistas.

Becerra-Astudillo, F., Vega-Ruiz, J., & Orellana-Ulloa, M., (2021). Impacto financiero del covid-19 en el turismo ecuatoriano: Estrategias empresariales para la reactivación. 593 *Digital Publisher CEIT*, 6(3), 201-220. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.566>

Beresford Research. (2023). Generations defined by name, birth year, and ages in 2022. Beresford Research. <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>

De Botton, A. y Armstrong, J. (2014). *El arte como terapia*. Océano.

De La Floresta. (2023). De La Floresta Colectivo Cultural. <https://delafloresta.com/>

Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>



Fundación Museos de Quito. (2022). Centro de Arte Contemporáneo Bienvenidx al CAC. <https://fundacionmuseosquito.gob.ec/centro-de-arte-contemporaneo/>

García, J. (2019). Mediterráneo cultural. Centros de arte contemporáneo en zonas rurales como estrategia turística.

García-Hernández, M., de la Calle, M., Yubero, C. (2017). Cultural Heritage and Urban Tourism: Historic City Centres under Pressure. *Sustainability*. doi:10.3390/su9081346

Groys, B. (2009). La topología del arte contemporáneo. Esfera Pública. https://www.academia.edu/36698287/Boris_groys_la_topologia_del_arte_contemporaneo?rom=cover_page

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. *McGraw Hill Eduaction*. ISBN: 978-1-4562-2396-0.

Instituto de Arte Contemporáneo. (s, f). Documento de buenas prácticas en Museos y Centros de Arte. <https://www.iac.org.es/documentos/documento-buenas-practicas-museos-centros-arte.html>

International Council of Museums. (2007). Definición de Museo. <https://icom.museum/en/>

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa.

Lorente, J. P. (2008). Los museos de arte contemporáneo: noción y desarrollo histórico. Trea.

Milano, C. (2018). Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 16 (3). Págs. 551-564. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041>

Molina, E, Cabanilla, E, Cornejo, C, Borja, J. (2022). Estudio del comportamiento de la demanda turística interna en la reactivación Pos-COvid19 en Ecuador. *Revista Científica ECOCIENCIA*, pág 63-80. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.93.633>

Museu d'Art Contemporani de Barcelona. (2022). About MACBA Museum. <https://www.macba.cat/en/about-macba/museum>

N24 Galería de Arte. (2023). Acerca de. <https://n24galeria.com/acerca-de/>



Organización Mundial del Turismo. (2008). *Glosario de Términos de Turismo* <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.

Organización Mundial del Turismo. (2019), *Definiciones de turismo de la OMT*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

Organización Mundial del Turismo. (2022). *El turismo internacional consolida su fuerte recuperación en medio de crecientes desafíos*. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=Los%20ingresos%20totales%20por%20exportaciones,de%20los%20niveles%20de%202019>.

Organización Mundial del Turismo. (2021). *Líderes municipales de todo el mundo se reúnen para reimaginar el turismo urbano*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-07/210709-portugal-mayors.es.pdf?VersionId=uYM89toFUFd28SpxnAjrBosGsBqSUQVS>

Organización Mundial del Turismo. (2022). *Dashboard de datos turísticos de la OMT*. <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>

Organización Mundial del Turismo. (2021). *Líderes municipales de todo el mundo se reúnen para reimaginar el turismo urbano*. <https://www.unwto.org/es/news/lideres-municipales-de-todo-el-mundo-se-reunen-para-reimaginar-el-turismo-urbano>

Paez, D., Fernández, I., Basabe, N., & Grad, H. (2002). Valores culturales y motivación: creencias de auto-concepto de Singelis, actitudes de competición de Triandis, control emocional e individualismo-colectivismo vertical-horizontal. *Revista española de motivación y emoción*, 3, 169-195.

País, M. (2006). El centro cultural: Una puerta abierta a la memoria. *Cuadernos de antropología social*, (24), 175-188.

Porter, M (2015). *Ventaja Competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Grupo Editorial Patria. ISBN: 978-607-744-080-2

Rivas, C. (2020). Impact of Covid 19 on Ecuadorian tour guides. *Ecuadorian Science Journal*, 4(2), 1-6. <https://doi.org/10.46480/esj.4.2.67>

Rosano, E. (2007). *HISTORIA DEL ARTE*. Ernst Gombrich.



Spirou, C. (2011). *Urban Tourism and Urban Change. Cities in a Global Economy*. Routledge.

UNESCO. (2015). *La cultura, elemento central de los ODS*. <https://es.unesco.org/courier/april-june-2017/cultura-elemento-central-ods>

Universidad San Francisco de Quito. (2014). Plan Barrial La Floresta. USFQ. https://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Comisiones%20del%20Concejo/Participaci%C3%B3n%20Ciudadana%20y%20Gobierno%20Abierto/2017/Informes%20La%20Floresta/LA%20FLORESTA/Plan%20Barrial%20la%20Floresta.pdf

UNWTO Tourism Market Intelligence and Competitiveness Department. (2022). *World Tourism Barometer*. Vol.20, Issue 6.



6. ANEXOS



6/1/23, 18:07

Creación de Centro de Arte Contemporáneo

Creación de Centro de Arte Contemporáneo

Bienvenido/a,

Esta encuesta está diseñada con el propósito de crear un centro de arte contemporáneo que de visibilidad a artistas locales y difunda el arte entre personas interesadas en desarrollar su creatividad mediante talleres.

1. 1. Escoge tu rango de edad.

Marca solo un óvalo.

- 15 a 24 años
- 25 a 34 años
- 35 a 44 años
- 45 años o más

2. 2. Escoge tu género.

Marca solo un óvalo.

- Femenino
- Masculino
- Otro

3. 3. ¿Te consideras una persona artística o con afinidad hacia el arte?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez



6/1/23, 18:07

Creación de Centro de Arte Contemporáneo

4. ¿Cuánto de tu tiempo libre le dedicas al consumo de arte y cultura?

Marca solo un óvalo.

- 1 vez a la semana
- 2 veces al mes
- 1 vez al mes
- 1 vez cada 6 meses
- No le dedico mi tiempo libre al consumo de arte y cultura

5. ¿Cuántos artistas ecuatorianos conoces?

Marca solo un óvalo.

- 4 o más
- De 2 a 3
- 1
- Ninguno

6. ¿Con qué frecuencia visitas museos o centros de arte?

Marca solo un óvalo.

- 1 vez a la semana
- 1 vez al mes
- 1 vez cada 6 meses
- 1 vez al año
- Nunca



6/1/23, 18:07

Creación de Centro de Arte Contemporáneo

7. ¿Cuánto estarías dispuesto/a a pagar por la entrada a un centro de arte contemporáneo?

Marca solo un óvalo.

- \$10 o más
 \$5
 \$3
 Entrada gratuita

8. ¿Qué tipo de talleres te gustaría tomar en un centro de arte contemporáneo?

Marca solo un óvalo.

- Pintura
 Fotografía
 Cerámica
 Música
 Literatura
 Ninguno
 Otro: _____

9. ¿Cuánto estarías dispuesto/a a invertir en talleres mensuales de 2 horas semanales con todos los materiales incluidos?

Marca solo un óvalo.

- \$130 o más
 \$100
 \$80
 \$60
 \$40



6/1/23, 18:07

Creación de Centro de Arte Contemporáneo

10. 10. Consideras que la propuesta de espacios artísticos y culturales en la ciudad de Quito es...

Marca solo un óvalo.

- Alta
- Media
- Baja
- No sabe / no contesta

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios