



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA LA REACTIVACIÓN DEL TEATRO
ATAHUALPA COMO UN ESPACIO CULTURAL Y TURÍSTICO EN EL
CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

Autora

Dayana Belen Gavilanes Mantilla

Año
2019



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA LA REACTIVACIÓN DEL TEATRO
ATAHUALPA COMO UN ESPACIO CULTURAL Y TURÍSTICO EN EL
CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar el título de Ingeniera en Administración de Empresas
Turísticas y Hoteleras.

Profesora Guía

Estefany Alejandra Gordillo Loyola

Autora

Dayana Belen Gavilanes Mantilla

Año

2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

"Declaro haber dirigido el trabajo, Propuesta estratégica para la reactivación del Teatro Atahualpa como un espacio cultural y turístico en el Centro Histórico de Quito, a través de reuniones periódicas con el estudiante Dayana Belén Gavilanes Mantilla en el semestre 2019-1, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación".

Estefany Alejandra Gordillo Loyola
C.I. 1712827821

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado el trabajo, “Propuesta estratégica para la reactivación del Teatro Atahualpa como un espacio cultural y turístico en el Centro Histórico de Quito”, en el semestre 2019-1 dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Roberto Carlos Herrera Anangón
Magister en Gerencia de Proyectos en Ecoturismo
C.I.1002516399

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Dayana Belén Gavilanes Mantilla
C.I.: 1716005028

AGRADECIMIENTOS

Ante todo quiero agradecer a Dios por su bendición y amor infinito, a mis queridos y amados padres que han sido la base fundamental en todo este proceso de vida estudiantil, a mi querido hermano que me ha llenado de alago y consideración, a toda mi familia consejeros constantes, para mis queridos y entrañables amigos.

Un agradecimiento especial para todos mis apreciados maestros que han depositado en mí todos sus conocimientos y a mi tutora de tesis Estefany Gordillo, quien con paciencia y dedicación ha sabido guiarme para esta feliz culminación de mis estudios universitarios.

DEDICATORIA

Este trabajo que es la esencia del conocimiento adquirido durante todos estos años de estudio en esta mi querida Universidad, lo dedico a todos mis queridos compañeros que me anteceden en esta carrera maravillosa, a todos los ciudadanos que tienen amor por su ciudad y en este caso en particular por nuestro querido Centro Histórico, del cual debemos sentirnos orgullosos por formar parte de él. También dedico a toda mi familia que me ha enseñado a valorar el lugar donde nací y al cual pertenezco.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación es una propuesta estratégica para la reactivación del Teatro Atahualpa como un espacio cultural y turístico en el Centro Histórico de Quito, dentro del sector existe una problemática del abandono de bienes inmuebles, donde, la mayoría de ellos tienen un valor patrimonial para la ciudad, es por ello, que por medio de esta propuesta se tiene como objetivo, tomar en cuenta el uso de uno de estos espacios para un beneficio social y turístico.

La investigación contará con cuatro capítulos, el primer capítulo atribuye a los antecedentes que engloban el tema central. En el segundo capítulo se describe la caracterización situacional de la actividad de los teatros en el país, minimizando a la descripción del Teatro Atahualpa como protagonista de la propuesta. En el tercer capítulo se realiza el análisis de mercadeo, utilizando un método de investigación descriptiva mixta, aplicando las encuestas a dos segmentos de mercados, donde, se evaluó la perspectiva y expectativa de los teatros en el sector del Centro Histórico de Quito. Por otra parte, se aplicaron entrevistas a expertos quienes están relacionados con el tema central.

Para finalizar en el cuarto capítulo, se presenta la matriz de estrategias, basada en tres ejes fundamentales la reapertura, generación de producto y posicionamiento, permitiendo así determinar el concepto del Teatro Atahualpa, con el propósito de generar un producto constante que realce aún más la oferta turística del sector, es así como el uso de la tecnología será uno de los recursos principales para esta propuesta innovadora. Además, se plantea un cronograma de actividades con su respectivo presupuesto en caso de que se lo tomara en cuenta. Finalmente, se describen las conclusiones y recomendaciones para la realización de esta propuesta estratégica.

ABSTRACT

The present titration work is a strategic proposal for the reactivation of the Atahualpa Theater as a cultural and tourist space in the historic center of Quito. In the sector there is a problem of abandonment of real estate, where most of them have a heritage value for the city, which is why, in the middle of this proposal, the objective is to take into account the use of one of these spaces for a social and tourist benefit.

The investigation will have four chapters, the first chapter attributes to the background that includes the central theme. The second chapter describes the situational characterization of the activity of theaters in the country, minimizing the description of the Atahualpa Theater as the protagonist of the proposal. In the third chapter for the marketing analysis, it was used a mixed descriptive research method, applying the surveys to two segments of markets, where the perspective and expectation of the theaters in the Quito's historic center sector was evaluated. On the other hand, interviews were conducted with experts who are related to the central theme.

To conclude in the fourth chapter, the matrix of strategies is presented, based on three fundamental axes reopening, product generation and positioning, thus allowing to determine the concept of the Atahualpa Theater, with the purpose of generating a constant product that further enhances the tourism sector, this is how the use of technology will be one of the main resources for this innovative proposal. In addition, a schedule of activities with its respective budget is proposed in case it is taken into account. Finally, the conclusions and recommendations for the realization of this strategic proposal are described.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Enunciado del problema.....	2
Objetivos	4
Objetivo General:	4
Objetivos Específicos:	4
Justificación	4
Métodos, técnicas e instrumentos.....	5
Población y Muestra.....	7
Nacional.....	7
Internacional	7
1. CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	9
1.1. Patrimonio.....	9
1.2. El teatro como patrimonio	10
1.3. Los teatros en Quito	11
2. CAPÍTULO II. CARACTERIZACIÓN SITUACIONAL.....	13
2.1. Características económicas productivas de artes y recreación.....	13
2.2. Producción de obras escénicas.....	14
2.2.1. Ingreso por ventas	14
2.2.2. Empleo.....	14
2.3. Entes gubernamentales a cargo del patrimonio	14
2.4. Leyes que resguardan al patrimonio y cultura	15
2.5. Actividades dentro de los teatros	15
2.6. Administración de los teatros en Quito	16
2.7. Descripción de la infraestructura	18

2.7.1. Localización	18
2.7.2. Movilidad.....	18
2.7.3. Descripción del establecimiento.....	18
2.8. Administración del patrimonio en Quito	20
2.9. Caracterización del sistema turístico del Centro Histórico de Quito	21
2.9.1. Análisis de la oferta actual	21
2.9.2. Análisis de la demanda actual	22
3. CAPITULO III. ANÁLISIS DE RESULTADOS	23
3.1. Resultados de la oferta de teatros en el Centro Histórico de Quito	23
3.2. Resultado de las encuestas.....	26
3.2.1. Análisis FODA encuestas	32
3.3. Resultado de las entrevistas	33
3.3.1. Resultado entrevista Instituto Metropolitano de Patrimonio [IMP]....	34
4. CAPÍTULO IV. PROPUESTA ESTRATÉGICA	35
4.1. Conceptualización de la propuesta.....	35
4.1.1 Matriz de Estrategias.	36
4.2 Cronograma de Actividades.....	41
4.3 Actores de posibles interesados.....	45
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	47
5.1. Conclusiones.....	47
5.2. Recomendaciones	48
REFERENCIAS	50
ANEXOS	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Participación de las cinco provincias con mayor utilidad del sector R. Adaptado de INEC, 2017.....	13
Figura 2. Actividades dentro de un Teatro. Adaptado de Cultura y Patrimonio, 2017.	16
Figura 3. Mapa Ubicación de los teatros que conforman la Fundación de Teatro Nacional Sucre en Quito. Adaptado de Geoguía, s.f.....	17
Figura 4. Plano de la planta baja del Teatro Atahualpa y el Edificio Simón Bolívar.	19
Figura 5. Plano frontal de la Fachada, calle Venezuela.	19
Figura 6. Fachada actual año 2018.....	20
Figura 7. Los atractivos que encuentran más interesantes en el Centro Histórico de Quito.	27
Figura 8. Atractivos complementarios en el Centro Histórico de Quito.	27
Figura 9. Número de asistencias al teatro en 1 año.	28
Figura 10. Motivo por el cual el segmento nacional no asiste a teatros.	28
Figura 11. Motivo por el cual el segmento internacional no asiste a teatros. ...	29
Figura 12. Espectáculos que prefieren para visitar un teatro.	29
Figura 13. Gasto promedio en teatros.....	30
Figura 14. Espectáculos Preferidos.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Situación de los gastos.....	17
Tabla 2 Capacidad Hotelera de lujo por habitación en la ciudad de Quito.	22
Tabla 3 Resumen de asistencia y programación.....	23
Tabla 4 Matriz de competencia directa del Teatro Atahualpa del Centro Histórico de Quito.....	24
Tabla 5 Datos de información general de las personas encuestadas.	26
Tabla 6 Análisis FODA encuestas.....	32
Tabla 7 Resultado de entrevista a expertos en el tema	33
Tabla 8 Matriz de Estrategias.....	37
Tabla 9 Cronograma de actividades.....	41
Tabla 10 Actores de posibles involucrados.....	45

INTRODUCCIÓN

“El patrimonio aparece ligado normalmente al rescate de "antigüedades" y conservación de bienes físicos de magnitud material considerable, haciendo referencia a un pasado cultural relevante” (Razeto, 2001). En los últimos años el mantenimiento de estos espacios ha sido fundamental para el turismo, ya que ha permitido generar rentabilidad y aportación económica en varios países del mundo. El turismo patrimonial se ha basado en ofrecer a un destino que revaloriza atractivos potenciales, para así promocionarlo como un producto que despierte el interés del segmento de mercado establecido.

La primera relación que tiene el patrimonio turístico en la sociedad son los centros históricos, el cual, se pueden considerar como una colección de atractivos de valor simbólico para la historia. En Latinoamérica existen 33 centros históricos declarados Patrimonio de la Humanidad por United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], cabe recalcar que estos espacios cuentan con un valor agregado, que son las personas que habitan y dan vida a los barrios patrimoniales, generando un turismo experiencial-cultural más profundo. (Moreno, 2015)

Quito es la capital del Ecuador ubicada en la provincia de Pichincha; además de haber sido declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO] en el año 1978, el Centro Histórico es reconocido por ser el mejor conservado de Latinoamérica (Patrimonio Quito, 2015). Sin embargo, se ha reflejado una problemática de damnificación de estos espacios, cada año el Centro Histórico pierde 2% de sus habitantes, dejando en olvido algunos bienes patrimoniales y el legado que mantienen (Moreno, 2015). Pero no solo existe un desinterés por parte de personas particulares sino también de algunas organizaciones estatales, que a pesar de haber generado proyectos para revitalizar el lugar, no se ha visto mayor progreso en ello en los últimos años (El Telégrafo, 2018).

“Finalmente el sentido dinámico del patrimonio cultural, ya que no sólo se trata de recuperar la historia, sino principalmente de darle sentido de futuro. Por ello, el patrimonio no sólo se rescata y protege, sino que también se crea, se inventa, se construye, se actualiza y se proyecta en el tiempo.”
(Razeto, 2001).

Enunciado del problema

Quito, la capital del Ecuador cuenta con una gran riqueza histórica y cultural, desde sus edificaciones, museos, iglesias, teatros, plazas, calles, entre otros. Es precisamente por sus atributos que la ciudad nuevamente fue nominada en los World Travel Awards como destino líder en 5 categorías, demostrando que la ciudad es un destino turístico competitivo (Quito Turismo, 2018). Según los datos de Quito en Cifras, la ciudad de Quito registro un ingreso de 652,912 turistas internacionales en el año 2017, a pesar, de su aumento de tan solo un 4% respecto al año anterior (Quito Turismo, 2017), logro aportar al aumento del 14% de visitantes recibidos en el país con en cuanto al año anterior, todo esto como resultado de la promoción que se le ha dado al destino como un lugar de belleza histórica (MINTUR, 2018).

Sin embargo, a pesar de ser un destino admirado principalmente por la preservación de su casco colonial, se presenta una problemática del abandono de bienes patrimoniales que no son reconocidos por organismos como el Municipio, Instituto Metropolitano de Patrimonio [IMP] y otras instituciones que están a cargo de la restauración y conservación de estos bienes patrimoniales (MDMQ, s.f.). Una de las razones es que casi el 95% de los bienes patrimoniales del Centro Histórico se encuentran en manos privadas (Jácome, 2018), donde la mayoría de sus propietarios no cuentan con los recursos necesarios para su respectivo cuidado y optimo mantenimiento, además de que el marco regulatorio para aprobar las intervenciones es lento y costoso. (Jácome, 2018)

Entre las infraestructuras abandonadas por instituciones del Estado, se encuentran algunas salas de cine en el Centro Histórico, las que, a pesar de haber sido reconocidos como íconos importantes del nacimiento de las imágenes en la ciudad, hoy en día se encuentran deterioradas y sin ninguna funcionalidad. El teatro Atahualpa forma parte del grupo de teatros que se encuentra en esta situación, el cual, le pertenece al Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social [BIESS]. Fue construido en 1958 y recibió un “Premio Ornato” según la Guía Arquitectónica, sin embargo, a pesar de sus antecedentes históricos fue considerado improductivo y de no uso institucional (Últimas noticias, 2017).

Un patrimonio cultural no solo refleja una arquitectura histórica sino un patrimonio vivo, que es el resultado de la interacción de la sociedad con su entorno (Camarero y Garrido, 2004, p. 22). Tomando en cuenta que el Centro Histórico de Quito se lo ha promocionado como un lugar de preservación histórica y para mantener esa filosofía, el revalorizar un bien patrimonial más, como un producto turístico sólido, representa una pieza fundamental a un crecimiento económico, donde cabe recalcar que, además, de generar ingresos que garanticen su conservación también mejorará la economía local y por ende mejorar el desarrollo turístico de la ciudad (Camarero y Garrido, 2004, p. 40).

Es por ello que se considera la reactivación del Teatro Atahualpa, como un espacio cultural abierto para el desarrollo de actividades relacionadas a diferentes temáticas como turismo experiencial, exposiciones, presentaciones de artes plásticas, entre otras en las que se descubra la autenticidad de la identidad quiteña.

Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar una propuesta estratégica para la reactivación del Teatro Atahualpa como espacio cultural, turístico en el Centro Histórico de Quito.

Objetivos Específicos:

- Determinar la situación actual en la que se encuentra el Teatro Atahualpa.
- Analizar los resultados obtenidos a partir de la investigación aplicada.
- Diseñar la propuesta estratégica de acuerdo a los resultados obtenidos.

Justificación

De acuerdo a las estadísticas consultadas en Quito Turismo del año 2017, muestra que el 67% de los turistas no residentes (440.226 turistas) visitan el Centro Histórico de Quito, siendo así, el segundo atractivo más visitado en la ciudad (Quito Turismo, 2017). El Centro Histórico cuenta con una gran riqueza arquitectónica y cultural que representa la historia colonial Quiteña, el cual es admirada por muchos, especialmente por su conservación.

“El patrimonio es el legado que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y que transmitiremos a las generaciones futuras.” (UNESCO, 2017). Todos los atractivos que se encuentran declarados Patrimonios por la United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], mantiene un constante monitoreo de acuerdo a los niveles de recuperación y protección del patrimonio, de lo contrario podría ser retirado (Actualidad, 2018), incluso cuenta con varios artículos, que detallan sobre la "protección del patrimonio mundial cultural y natural" (UNESCO, 1972), donde describe que el deterioro de un patrimonio empobrece su riqueza histórica (UNESCO, 1972).

Es por ello, que el mantener una correcta transmisión de información formativa, da a conocer de su existencia y permite valorizarlo como un signo de identidad, garantizando así una participación más activa de los residentes locales, siendo este un factor fundamental para generar un turismo no solo internacional sino también local, creando una cultura más enraizada a sus bienes y tradiciones.

Conforme a lo descrito, al sumar una nueva joya arquitectónica como lo es el Teatro Atahualpa, permitirá generar una nueva propuesta de oferta turística, experiencia y rescate de la identidad y cultura Quiteña de la época colonial, donde el aumentar la demanda, en la visita de teatros y cines puede ser capaz de fomentar la activación de la economía local, desarrollando oportunidades de negocio, entrada de divisas entre otros factores.

El presente proyecto está alineado al eje 3 del Plan del Buen Vivir “Más sociedad, mejor Estado”; objetivo 9 “Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo”; política 9.4 “Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural.” (SENPLADES, 2017, p.60). Además, se ajusta a la línea de investigación de la UDLA "Hábitat, Biodiversidad y Patrimonios" y a la línea de la Escuela de Hospitalidad y Turismo "Patrimonio Cultural y Natural" (UDLA, 2018).

Métodos, técnicas e instrumentos.

El enfoque de investigación para el presente proyecto es descriptivo, cuya principal función consiste en describir fenómenos, situaciones y sucesos que se detallan como son y cómo se manifiestan (Hernández, 2014, p. 92).

El enfoque cualitativo precede a la recolección y análisis de datos (no se efectúa una medición numérica), donde a lo largo de la recopilación de

información se pueden desarrollar preguntas e hipótesis, de tal forma que los interrogantes planteados puedan ser resueltos con el avance de la propuesta estratégica. Por otro lado, el enfoque cuantitativo se desarrolla desde la recopilación de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p.4).

Por ende, se usarán diferentes métodos para el desarrollo de este proyecto. Los primeros métodos a utilizar de enfoque cuantitativo es el sondeo de opinión y el método muestral, donde se obtiene información pública, en este caso, determinar un segmento de mercado en específico, basado en muestras sujetas al error de muestreo (Alben, s.f.); debido a que no existen datos estadísticos de los teatros en la ciudad de Quito, se aplicarán 73 encuestas con preguntas abiertas y cerradas, clasificadas en dos segmentos de mercado (nacional e internacional) a participantes voluntarios que tengan conocimiento o frecuenten la visita a Teatros ya sea en Centro Histórico de Quito.

El segundo método es de enfoque cualitativo, la observación estructurada, es aquella que se realiza cuando se quiere probar una hipótesis o describir de forma sistemática algún hecho en una investigación específica (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p.418), para el cual se aplicará la técnica de la entrevista estructurada y semi estructurada, basada en una comunicación de intercambio de información a través de preguntas abiertas y respuestas a expertos provenientes de diferentes organizaciones o empresas relacionados con el tema a investigar. (Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p.418).

Finalmente, para el análisis de resultados, se empleó un cuadro comparativo entre la competencia del Teatro Atahualpa, donde se identifica el producto que se oferta actualmente, además a través del diseño de un análisis FODA se puede evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se presentan en los teatros del Centro Histórico de Quito, posteriormente a ello se pudo determinar la matriz con las estrategias adecuadas al objetivo principal de la propuesta.

Población y Muestra

La población es la totalidad de individuos con características semejantes y la muestra es la parte de la población que se elige (Bernal, 2010, p.160). Para el presente proyecto, la población objeto de estudio será de los visitantes del Centro Histórico de Quito, el cual, se clasificará en dos segmentos de mercados: nacional e internacional, caracterizándose en disfrutar de un turismo cultural.

Nacional

La población objeto de estudio comprende el total de asistentes recibidos en el Teatro Nacional Sucre del Centro Histórico de Quito en el año 2017 (con un total de 48 eventos realizados al año) (Teatro Sucre, 2017), tomando como referencia que es el teatro más visitado y el primer teatro construido en la ciudad de Quito (El Telégrafo, 2016).

La fórmula para la identificar la muestra es:

$$n = \frac{N}{e^2(N-1)+1} = n = \frac{21345}{0.0025(21345-1)+1} = n = \frac{21345}{54.36} = n = 392.66$$

Ecuación 1. Cálculo de muestra segmento de mercado nacional.

Por el tiempo que se dispone para realizar la investigación se aplicara un sondeo de opinión al 10% de la muestra. Por lo tanto, la muestra que se aplicará para este proyecto será de 39 personas encuestadas.

Internacional

Para la población del segundo segmento de mercado, comprende al número de turistas extranjeros no residentes, que visitan el Centro Histórico de Quito. Se ha tomado como referencia el delimitar entre cuatro hoteles de primera categoría a los alrededores del Teatro Atahualpa (Hotel Plaza Grande, Hotel

Casa Gangotena, Hotel Real Audiencia y Hotel Patio Andaluz, Hotel Casa Carlota), enfocados en turistas que han permanecido una noche como mínimo. Por objeto de este estudio, debido a las limitaciones que se han presentado se pudo considerar únicamente dos hoteles.

- Hotel Plaza Grande (4 estrellas):

En el año 2017 recibieron alrededor de 260 turistas.

Estadía promedio de entre 2 noches

- Hotel Casa Carlota (3 estrellas):

En el año 2017 recibieron 2.143 turistas extranjeros

Estadía promedio de estadía de entre 2.2 noches

La fórmula para la identificar la muestra es:

$$n = \frac{N}{e^{2(N-1)+1}} = n = \frac{2403}{0.0025(2403-1)+1} = n = \frac{2403}{7005} = n = 343$$

Ecuación 2. Cálculo de muestra segmento de mercado internacional.

Por el tiempo que se dispone para realizar la investigación se aplicara un sondeo de opinión al 10% de la muestra. Por lo tanto, la muestra que se aplicará para este proyecto será de 34 personas encuestadas.

1. CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1. Patrimonio

Desde los inicios de la industria turística se ha vinculado principalmente con el patrimonio y cultura de un destino, el patrimonio ha conseguido posicionarse como una herramienta importante para la creación de estrategias de desarrollo territorial y fuente de crecimiento económico, es así que la Organización Mundial de Turismo [OMT], estimó que el turismo patrimonio-cultural representa un 37% en el año 2016, además, garantizó su constante crecimiento, de aproximadamente un 15% anual. (García, 2016).

El Patrimonio se lo puede definir como:

“El conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente, y que una generación hereda / transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia.” (ILAM, 2006).

Es por ello que la UNESCO desarrollo en 1972 una “Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural”, que tiene como objetivo su preservación para generaciones futuras.

Según la ILAM (Instituto Latinoamericano de Museos) se presenta una clasificación más funcional de cinco categorías: a) Patrimonio Cultural que hace referencia a colecciones culturales muebles, b) Patrimonio Construido enfocado a bienes inmuebles, c) Patrimonio Intangible el cual abarca las expresiones intangibles y por último el, d) Patrimonio Natural que se entienden como los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas” (UNESCO, s.f.), sin embargo, la ILAM fusiona otro componente que es el, e) Patrimonio Cultural – Natural, constituido por “elementos de la naturaleza, que se mantienen en su contexto original, intervenidos de algún modo por los seres humanos” (ILAM, s.f.).

Es notable saber que el Patrimonio Construido es quien realiza el primer impacto a la hora de visitar un destino, son considerados bienes inmuebles son los productos materiales inamovibles de la cultura, que pueden ser conservados y restaurados por algún tipo de intervención (ILAM, s.f.). Dentro de la industria turística es importante resaltar que la primicia que genera un atractivo tangible o intangible es con la mirada, el cual, cautiva a simple vista al turista generando el deseo de conocer para enriquecerse de testimonios que constituyen los bienes de su patrimonio cultural.

1.2. El teatro como patrimonio

Uno de los elementos como patrimonio construido, son los Teatros, el cual proviene del griego *Theatron* que significa lugar para contemplar (Tipos de arte, 2017), lo que se caracteriza es la puesta en escena en vivo frente a un público espectador complementado con diversos elementos, desde el sonido, actores, gestos, escenografía, música y demás (Tipos de arte, 2017). A lo largo de los años se lo ha asociado como un atractivo dirigido a la clase social alta, donde las personas más adineradas y cultas tenían el lujo de asistir a esta clase de espectáculos, actualmente se conserva esta filosofía, pero se ha reflejado también que las personas jóvenes con mayor nivel de estudio, son quienes aprecian su contenido (Diario de León, 2004).

En la actualidad en muchos países aún se conservan tanto en lo funcional como en lo arquitectónico, el cual, se presentan como productos turísticos, tal es el caso de Viena capital de Austria, donde la actividad teatral es de suma importancia ya sea para el turismo internacional como el nacional, cuenta con 50 teatros por toda la ciudad, se fomentan actividades culturales conservando sus tradiciones musicales como por ejemplo la banda imperial de la corte, música clásica de Mozart y los vales de la dinastía Strauss (Austria, s.f.), además, presentan variadas temáticas para poder satisfacer diferentes gustos, una de sus características es que se presentan en varios idiomas dando la oportunidad a que cualquier persona pueda disfrutar de su talento teatral artístico. (Turismo, s.f.).

En América Latina también se puede contemplar a un turismo teatral como lo es Argentina en Buenos Aires, considerada la cuarta ciudad del mundo con mayor concentración de teatros, cuenta con 300 teatros por toda la ciudad, el más importante se destaca el Teatro Colón, importante por su tamaño y trayectoria, el Teatro Nacional Cervantes o el Teatro Gran Rex (Blanco, 2017).

1.3. Los teatros en Quito

En el caso de la capital del Ecuador, Quito cuenta con 25 teatros de los 61 que se encuentran en el país (El Telégrafo, 2013), algunos están localizados dentro del sector del Centro Histórico de Quito, sin embargo, hoy en día muchos de ellos se encuentran abandonados y sin ningún funcionamiento, como “un montón de inmuebles viejos” (La Hora, 2009). Cada uno de ellos fue protagonista en épocas antiguas de las mejores funciones artísticas como de las mejores películas.

En la ciudad de Quito, en sus inicios el teatro tuvo una gran acogida por la población, específicamente quienes pertenecían a la clase alta, marcando un contacto directo con el público, mostrando gran admiración y respeto por las obras artísticas que se presentaban, era tomado muy en serio tanto para los actores como espectadores (Conoce la Historia, s.f.). Hoy en día ese entusiasmo por presenciar una obra artística ha disminuido, se considera que los factores que han provocado este desinterés sea por la gran oferta de obras que se presenta o la población Quiteña que huye de los teatros, la demanda teatral ha ido disminuyendo, donde incluso puede llegar a asistir un solo espectador para una obra teatral. Esto conlleva a meditar los cambios que han existido tanto dentro y fuera de las funciones a través de los años, tal vez se podría considerar una falta de relación con la cultura o falta de innovación y adaptación de los cambios del entorno que lo rodea (Hanna, 2016).

El año pasado el español “Lluís Bonet y el argentino Héctor Schargorodsky presentaron en Ecuador su texto en coautoría “La Gestión de Teatros. Modelos

y estrategias para emprendimientos culturales”, en el Ministerio de Cultura y Patrimonio” (Cultura y Patrimonio, 2017). Es una herramienta de apoyo, el cual permita crear un análisis y una planificación más a fondo sobre la gestión, economía y política cultural. Poco a poco se han tomado algunas medidas, por pedido de la Secretaría de Cultura conjuntamente con varios artistas y gestores escénicas, desarrollaron un proyecto nuevo en la ciudad, denominado “Quito tiene Teatro” fomentando así la valorización de las artes escénicas ecuatorianas, transformándose en el primer paso a presentar la cultura artística que tiene nuestra identidad. (Quito Cultura, 2017).

Tomado en cuenta todo lo analizado, donde se vivencia que los teatros son elementos de entretenimiento, logran formar parte importante para el turismo y el patrimonio, la siguiente establece como objetivo una estrategia de reactivación para el Teatro Atahualpa, uno de los teatros que se encuentran inactivos dentro del Centro Histórico de Quito, fue construido en la década de los 50 por el arquitecto Sixto Durán Ballén, su característica es que forma parte de dos cuerpos diferentes, el primero como sala de cine y el segundo como un área comercial. El arquitecto fue admirado por saber emplear el espacio y su muy beneficiada ubicación en una esquina muy importante para la ciudad, mostrándose así como una infraestructura de estilo internacional y moderno en Quito (BAQ, 2018).

Al parecer el transcurso de los años ha sido factor del olvido de que la ciudad con su condición como Patrimonio Cultural de la Humanidad, se debe mantener viva la filosofía de conservación de nuestros bienes patrimoniales. En los últimos años ha existido un crecimiento turístico en la ciudad de Quito bastante notable, a pesar de ello, aún existe la oportunidad de generar más alternativas de productos turísticos, no solo de vista como una arquitectura antigua, sino como una experiencia cultural, un atractivo que plasme un recuerdo único. Por lo tanto, permitir la revitalización de la zona, fomento de actividades culturales donde la revalorización de usos y costumbres son importantes para su desarrollo (Acerenza, M, 2006, p. 50).

2. CAPÍTULO II. CARACTERIZACIÓN SITUACIONAL

2.1. Características económicas productivas de artes y recreación

De acuerdo a Ecuador en cifras, la actividad de estudio conocido como artes y recreación, el cual está relacionada al teatro, refleja el 0.2% de su aporte económico al país (INEC, 2016) (Anexo 1).

De acuerdo al informe presentado por la Superintendencia de compañías [SUPERCIAS] en el Ecuador de la sección R de artes, entretenimiento y recreación, engloba varias actividades relacionadas a intereses culturales recreativos y de entretenimiento del público en general, incluidos espectáculos en vivo, actividades de museos y lugares históricos, juegos de azar y actividades deportivas y recreativas (INEC, 2012).

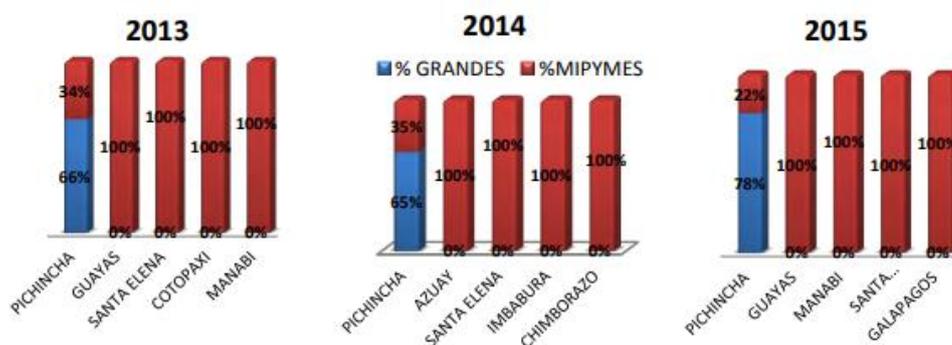


Figura 1. Participación de las cinco provincias con mayor utilidad del sector R. Adaptado de INEC, 2017.

Conforme a la gráfica, las principales ciudades que aportaron a este sector en las provincias analizadas para el año 2013 fueron: Quito, Guayaquil, Samborondón, Tarifa y Santa Elena (Figura 1).

2.2. Producción de obras escénicas

2.2.1. Ingreso por ventas

Una de las actividades que tuvieron participación en la generación de ingresos por ventas para el año 2015 en la ciudad de Quito, alcanzaron los \$9,81 millones de USD dentro de la categoría (R9000.01): “Producción de obras de teatro, conciertos, óperas, espectáculos de danza y otras actividades escénicas” (Supercias, 2016).

2.2.2. Empleo

Dentro de las actividades económicas que generaron mayores fuentes de empleo dentro del sector R de artes, entretenimiento y recreación, para el año 2013 fueron las actividades deportivas bajo techo o al aire libre, más no existe ningún aporte dentro de la producción de obras de teatro, a pesar de ello existe un aumento mínimo de empleados que intervienen en la sección R. (Supercias, 2016), de 222 de empleados en el año 2013 por los 555 cantidad de empleados en el año 2015 (Anexo 2).

2.3. Entes gubernamentales a cargo del patrimonio

Dentro del Plan Estratégico Institucional 2013 – 2017 del Ministerio de Cultura y Patrimonio, se han creado diferentes subsecretarías, con el fin de mantener una correcta división de responsabilidades de acuerdo a lo que es cultura y patrimonio como:

- Subsecretaría de artes y creatividad (difusión y socialización en los procesos culturales)
- Subsecretaría de emprendimientos culturales (sistema documental de los productos, servicios sobre industria cultural generados.)

- Subsecretaría memoria social (acceso a la ciudadanía. difusión y comunicación de repositorios de la memoria)
- Subsecretaría Patrimonio Cultural (recuperación de bienes y manifestaciones patrimoniales de interés nacional) (Cultura y Patrimonio, 2017)

2.4. Leyes que resguardan al patrimonio y cultura

Para el cuidado y conservación de Patrimonio de Quito, se cuenta con la Ley de Patrimonio Cultural, Registro Oficial Suplemento 465 de 19-nov-2004, el cual cuenta con 41 artículos donde se puede determinar en varios puntos el considerar un bien patrimonial, sus cuidados, entre otros puntos (Patrimonio, 2004).

Además, en el año 2016 se aprobó la creación de una ley de cultura, el cual tiene como objetivo “proveer de los mecanismos para la protección del patrimonio, de la memoria social, del fomento de las artes y de la creación en general, de la protección de los artistas y del sistema de educación artística” (ILAM, 2016).

2.5. Actividades dentro de los teatros

El Ministerio de Cultura y Patrimonio realizó un censo en el año 2011 de las artes escénicas distribuidos por actividad, muestra una participación de un 35% de las actividades de teatro (Cultura y Patrimonio, 2017).

De acuerdo a la gráfica que se presenta a continuación, se muestra que las actividades más frecuentes dentro del teatro están enfocadas en creación de espectáculos, dirección y educación, (ver figura 2).

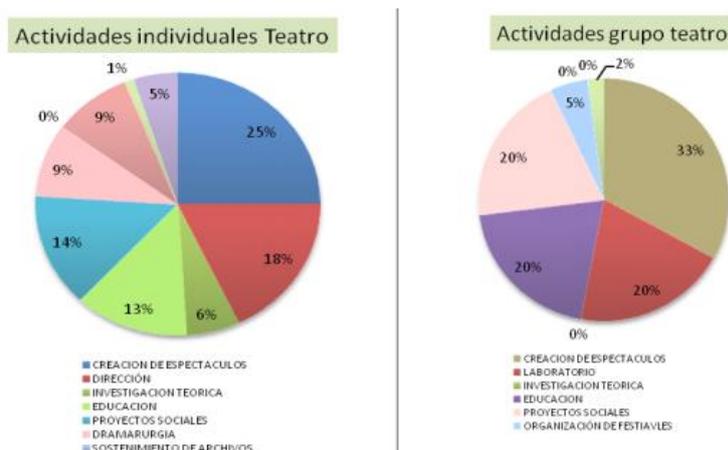


Figura 2. Actividades dentro de un Teatro. Adaptado de Cultura y Patrimonio, 2017.

Las artes escénicas y el teatro son hoy en día un territorio en expansión, donde se transforma en una controversia, para incorporar estéticas y prácticas que rebasan lo que han sido sus límites tradicionales. Es importante conocer que dentro de las actividades teatrales la mayor parte de participantes son de género masculino con el 57%, sin embargo, no existe una gran diferencia entre el género femenino con tan solo el 43% (Cultura y Patrimonio, 2017).

2.6. Administración de los teatros en Quito

La Fundación Teatro Nacional Sucre es una de las organizaciones, quien promueve el desarrollo, fomento, promoción y producción de las artes escénicas y musicales en el Distrito Metropolitano de Quito, está a cargo de la administración del Teatro Nacional Sucre, el Teatro Variedades, el Teatro México, la Casa de la Fundación, el Centro Cultural Mama Cuchara y el Café del Teatro, ubicados en el sector del Centro Histórico de Quito, (ver figura 3).

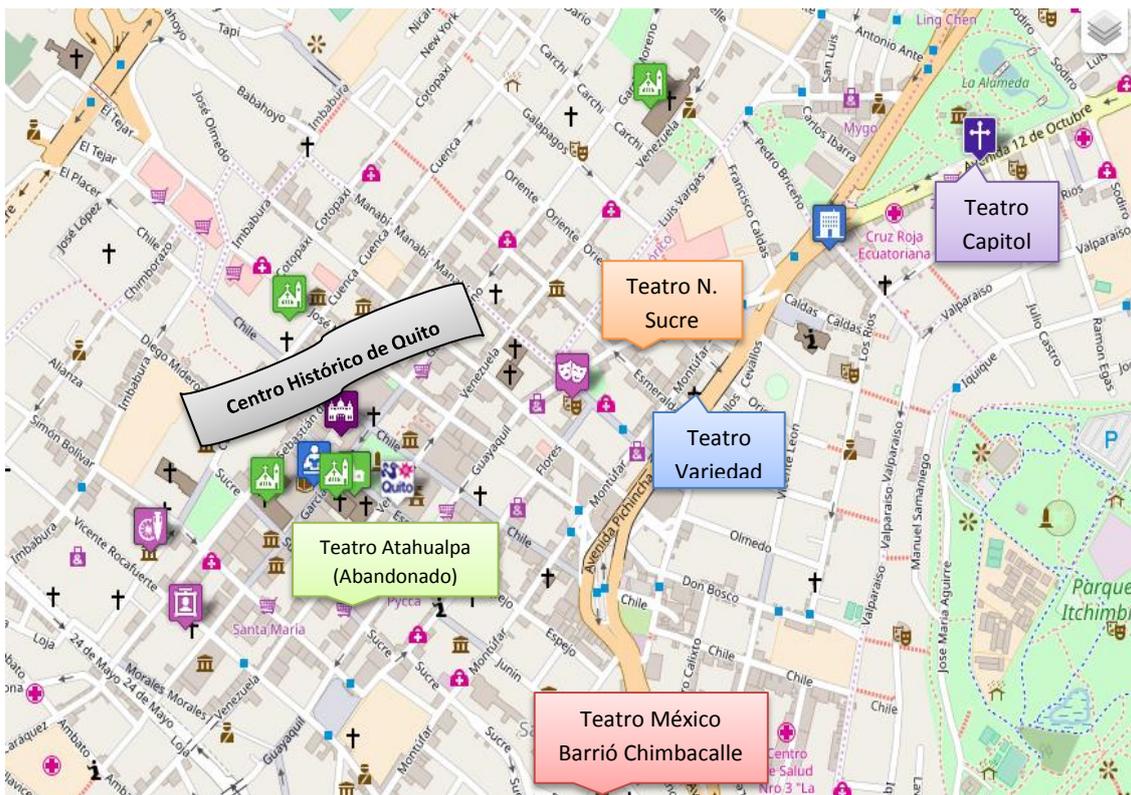


Figura 3. Mapa Ubicación de los teatros que conforman la Fundación de Teatro Nacional Sucre en Quito. Adaptado de Geoguía, s.f.

Para el funcionamiento de la Fundación del teatro Nacional Sucre existe un fondo de ingresos proveniente de los recursos municipales y donaciones particulares para su funcionamiento, donde se obtuvo un fondo final de \$3,601,000.00. De acuerdo a los ingresos de la Fundación se han ejecutado el presupuesto de acuerdo a los siguientes gastos. (Ver Tabla 1):

Tabla 1
Situación de los gastos.

Item	Productos	Gr.	DENOMINACIÓN GRUPO	Codificado	Ejecutado	% Ejec.
1.1	TEMPORADA ANUAL DE TEATROS	73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSIÓN	129,563.29	129,455.99	99.92%
1.2	EDUCACIÓN Y FORMACIÓN DE NUEVOS PÚBLICOS	73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSIÓN	10,000.00	9,665.21	96.65%
1.3	PARTICIPACIÓN ARTÍSTICA Y DESARROLLO DE CREACIÓN	73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSIÓN	50,000.00	49,585.73	99.17%
1.5	LOGÍSTICA DE PRODUCCIÓN	73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSIÓN	121,000.00	112,784.94	93.21%
2.1	INFRAESTRUCTURA TÉCNICA ESCENOGRAFICA	73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSIÓN	16,000.00	13,128.88	82.06%
3.1	COMUNICACIÓN Y MARKETING	73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSIÓN	20,000.00	5,000.00	25.00%
4.1	GESTIÓN ADMINISTRATIVA	73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSIÓN	222,500.00	207,925.42	93.45%
		77	OTROS GASTOS DE INVERSIÓN	75,000.00	47,653.38	63.54%
4.2	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	71	GASTOS EN PERSONAL PARA INVERSIÓN	2,953,900.00	2,838,023.39	96.08%
		73	BIENES Y SERVICIOS PARA INVERSIÓN	3,036.71	2,907.00	95.73%
Total general				3,601,000.00	3,416,129.94	94.87%

Adaptado de Teatro Sucre, 2017.

2.7. Descripción de la infraestructura

2.7.1. Localización

El Teatro Atahualpa propiedad del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social [BIESS], está ubicado en las calles Venezuela y Bolívar en el Centro Histórico de Quito (Frey, 2016), el cual, se caracteriza por contar en sus alrededores entre 130 edificaciones monumentales y una superficie de 375,2 ha., entre ellos están los museos, teatros, iglesias, edificaciones que datan del siglo XVI, plazas y artistas que se conforman como atractivos turísticos del Centro Histórico, ver figura 3, (Viajar el periódico, 2012).

2.7.2. Movilidad

En la ciudad de Quito funciona el Sistema Integrado de Transporte del Municipio, que es una red de líneas paralelas unidas entre sí por estaciones de transferencia y paradas de integración. La estación principal del Centro Histórico está ubicado en la Marín, cuenta con varios medios de transporte público: Ecovía (Av. 6 de Diciembre), Metrobús-Q (Av. América), Trolebús (Av. 10 de Agosto), también cuenta con el bus público que recorre lugares específicos de ciudad y taxis (FLACSO, s.f.).

2.7.3. Descripción del establecimiento

El arquitecto Sixto Durán Ballén junto con la colaboración de Santiago Oleas, lo visualizaron con un enfoque funcionalista para la época, por lo tanto se construyeron dos cuerpos principales, El Edificio Simón Bolívar y el Teatro Atahualpa que se relacionan entre sí a través de un volumen horizontal emplazado a línea de fábrica en planta baja y primera planta alta, ver figura 6 (Moya y Peralta, 2014, p. 76).

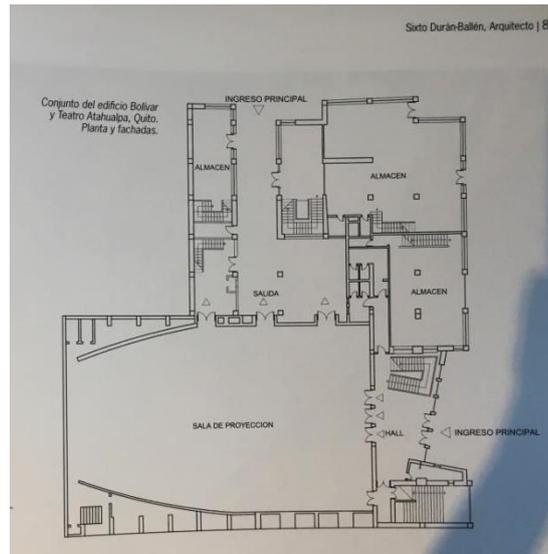


Figura 4. Plano de la planta baja del Teatro Atahualpa y el Edificio Simón Bolívar.

Adaptado de Moya y Peralta, 2014, p. 83.

El teatro se caracteriza por una plazoleta en las afueras, que acogería a la gran afluencia de público, esto se debe por la ligera inclinación del plano de fachada y la generosa mampara de vidrio que le dan gran calidad espacial al foyer del teatro. “El uso mixto del edificio, cine, locales comerciales y oficinas administrativas, se organizan en ingresos independientes, al teatro por la calle Venezuela, y a las oficinas por la calle Bolívar”, ver figura 7 y 8 (BAQ, 2018) (Moya y Peralta, 2014, p. 77).

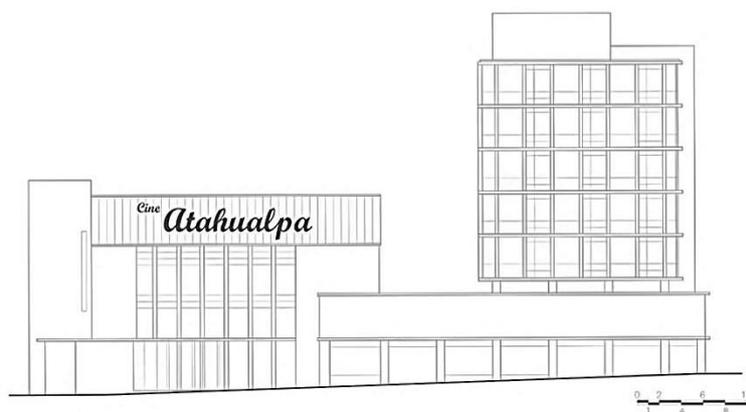


Figura 5. Plano frontal de la Fachada, calle Venezuela.

Adaptado de BAQ, 2018.



Figura 6. Fachada actual año 2018.

Adaptado de BAQ, 2018.

2.8. Administración del patrimonio en Quito

El Instituto Metropolitano de Patrimonio [IMP], se encarga de cuidar, preservar y difundir el patrimonio cultural de la ciudad de Quito. Se enfoca en varios puntos:

- El registro e inventario del patrimonio arqueológico, arquitectónico y urbanístico del Distrito Metropolitano de Quito.
- La restauración, conservación y protección, y en general, la intervención y gestión del patrimonio arqueológico, arquitectónico y urbanístico del Distrito Metropolitano de Quito.
- La gestión y conservación del patrimonio intangible, así como el patrimonio de bienes muebles, instrumentales, artísticos y artesanales y utilitarios, del Distrito Metropolitano de Quito. (Prensa Quito, 2011).

Desde el año 2014 es importante recalcar que el Instituto Metropolitano de Patrimonio [IMP], tiene como proyecto en marcha el mejoramiento de la calidad de vida de la población que posee bienes patrimoniales, es decir, para el patrimonio en manos privadas, el objetivo es tomar acciones para mejorar cubiertas y fachadas aplicando la ordenanza número 094, será cubierto el

100% del costo de la intervención, 50% subsidiada y el otro 50% reembolsable en un plazo de 10 años (Patrimonio, 2014).

La base legal con la cuenta los bienes patrimoniales de Quito es la ordenanza número 094, se refiere a la administración en áreas patrimoniales por parte del Instituto Metropolitano de Patrimonio. Establece incentivos y estímulos para la rehabilitación de edificaciones patrimoniales. Además, se cuenta con la ordenanza 0260 referente a las áreas y bienes patrimoniales, donde se clasifican en diferentes categorías, ya sea, desde la clasificación de los bienes patrimoniales de acuerdo a sus características hasta los elementos de los bienes que se pueden modificar a la hora de mantener su conservación, sin embargo es muy claro al detallar en el artículo 53 que las fachadas no se pueden modificar, a menos de que se lo justifique técnicamente (Quito, s.f.).

2.9. Caracterización del sistema turístico del Centro Histórico de Quito

2.9.1. Análisis de la oferta actual

El Centro Histórico es un barrio que cuenta con una gran variedad de productos y atractivos turísticos, entre ellos: sus monumentales iglesias, museos, plazas, monumentos, además, cuenta con una gran oferta gastronómica para complacer a todo tipo de comensal, desde, platillos típicos de la ciudad, hasta platillos internacionales, entre ellas cafeterías, donde se destaca el café y el chocolate ecuatoriano (Pacari, República Cacao), restaurantes gourmet o tradicionales conocidos también como las huecas que ofrecen una variedad de delicias gastronómicas, incluso el mercado es uno de los más concurridos ya que se ofrecen una variedad de platos típicos, todos estos de precios accesibles

De acuerdo a la oferta hotelera que ofrece en la ciudad de Quito, se puede determinar la capacidad dentro de los hoteles considerados de alta gama cuenta con un estimado de 19.214 plazas, (ver tabla 1).

Tabla 2
Capacidad Hotelera de lujo por habitación en la ciudad de Quito.

CATEGORÍA	ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES	PLAZAS
5 ESTRELLAS	19	2.956	5.829
4 ESTRELLAS	41	4.425	9.125
3 ESTRELLAS	102	2.135	4.260
Total general	162	9.516	19.214

Adaptado de Quito Turismo, 2017.

Se refleja en el año 2017 que la tasa de ocupación dentro del sector del Centro Histórico de Quito alcanzó al 33.9%, además de acuerdo a los hoteles de categoría de primera en el sector, tiene un estimado de ocupación del 41.7% (Quito Turismo, 2017). Es importante recalcar que la oferta hotelera es bastante variada dentro del Centro Histórico por su ubicación, se pueden encontrar varios alojamientos de precios muy variados, desde hostales de entre \$8 a \$20 la noche, hasta hoteles de tres estrellas en adelante que varían en precios de entre los \$100 a \$500 por noche (Quito Turismo, 2017).

Dentro del caso de estudio, de acuerdo a los Teatros como atractivo turístico existen cuatro que permanecen en funcionamiento dentro del Centro Histórico de Quito: Teatro Nacional Sucre considerado uno de los más antiguos teatros de ópera de Quito, Teatro Variedades el cual toma el nombre de uno de los personajes Quiteños más importantes Ernesto Albán, Teatro México es un espacio que promueve a un escenario joven, conciertos didácticos y cine en los Barrios y por último al Teatro Capitol el cual fue recientemente restaurado, donde hoy en día presenta varios eventos tanto artísticos como musicales.

2.9.2. Análisis de la demanda actual

Entre los sitios más visitados en la ciudad de Quito se encuentra en primer lugar el atractivo de la mitad del mundo y en segundo lugar el Centro Histórico con un estimado del 67% (440,226) de visitantes no residentes (Quito Turismo, 2017).

De acuerdo a las estadísticas de Quito en cifras, la participación de la actividad económica en el año 2017 de recreación, diversión y esparcimiento fue alrededor del 4%. Pese a que se muestra que el motivo de viaje del turista a la ciudad de Quito en el año 2015, era por ocio recreación y vacaciones con el 49%. Sin embargo, respecto a la distribución de gasto del Turista en la ciudad de Quito en el mismo año, fueron destinados como prioridad a la alimentación (34%), alojamiento (21%), artesanías (9%) y diversión (8%) y de acuerdo a los servicios culturales es únicamente del 1% (Quito Turismo, 2017).

La Fundación Teatro Nacional Sucre, al ser el principal promotor de eventos artísticos en el Centro Histórico de la ciudad, en el año 2017 recibió a 117.517 asistentes en su programación artística cultural general y ha realizado un total de 507 eventos, (ver figura 9) (Teatro Sucre, 2017)

Tabla 3

Resumen de asistencia y programación.

ESPACIO	TOTAL EVENTOS	TOTAL ASISTENTES
TEATRO NACIONAL SUCRE	48	21.345
TEATRO VARIEDADES	182	9.231
TEATRO MÉXICO	125	51.022
CENTRO CULTURAL MAMACUCHARA	163	39.560
	507	117.517

Adaptado de Teatro Sucre, 2017.

3. CAPITULO III. ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1. Resultados de la oferta de teatros en el Centro Histórico de Quito

De acuerdo a la oferta existente en el sector, como competencia directa del teatro Atahualpa se ha clasificado en cuatro teatros (Teatro Nacional Sucre, Teatro Variedades, Teatro México, Teatro Capitol), de los cuales, se obtendrá un análisis más claro en beneficio a la propuesta estratégica (Ver tabla 2).

Tabla 4

Matriz de competencia directa del Teatro Atahualpa del Centro Histórico de Quito.

Valores de calificación:

1. Mayor debilidad
2. Debilidad
3. Fuerza
4. Mayor fuerza

	Teatro Nacional Sucre		Teatro Variedades		Teatro México		Teatro Capitol	
	Cal.	Características	Cal.	Características	Cal.	Características	Cal.	Características
Participación en el mercado	4	El Teatro más reconocido en Quito, por visitantes locales y extranjeros	3	Por su ubicación, al estar junto al Teatro Sucre, quita un poco su protagonismo.	4	A pesar de estar distanciado del Centro Histórico, tiene una gran acogida por los consumidores, gracias a los eventos creativos que presentan.	3	Es uno de los teatros recientemente reconstruidos, tuvo una gran acogida, sin embargo, a lo largo del tiempo ha ido perdiendo el efecto de impacto por los espectadores.

Calidad de Producto	3	Los espectáculos presentados en el Teatro Sucre son muy variados, siempre escogen una temática y adaptación de fechas para promocionar un evento, ya que está dirigido por la Fundación Teatro Nacional Sucre.	3	El estilo del teatro de acuerdo a su formato permite mantenerse cerca de los artistas que se presentan en el escenario. Cabe recalcar que se destaca por su formato de café concierto, destaca aún más las presentaciones y el ambiente en el que se lo comparte.	4	El teatro está dirigido por la Fundación Teatro Nacional Sucre como son: Escenario Joven, Conciertos Didácticos y Cine en los Barrios. Se caracteriza por un teatro experimental, conciertos, conferencias, exposiciones, presentaciones culturales, entre otros.	3	Aparte que cuenta con ascensores y un parqueadero cerca, los eventos que se presentan no son muy seguidos, sin embargo son muy llamativos.
Precios	4	Gratuitos: 8.33 % son gratis.	3	Gratuitos: 0.6 % son gratis.	4	Gratuitos: 1.6 % son gratis.	3	Gratuitos
		Entre los \$5 a \$40 (de acuerdo al evento)		Entre los \$5 a \$40 (de acuerdo al evento)		Entre los \$5 a \$40 (de acuerdo al evento)		Entre los \$5 a \$40 (de acuerdo al evento)
Publicidad	3	Publicaciones casi semanales no solo de eventos a realizarse, sino también de cultura general en página oficial o redes sociales.	1	Todos los eventos a realizarse son publicados con anticipación, ya sea en su página oficial o redes sociales, sin embargo, falta un poco más de evidencia en el medio televisivo.	2	Todos los eventos a realizarse son publicados con anticipación, ya sea en su página oficial o redes sociales, sin embargo, falta un poco más de evidencia en el medio televisivo.	1	Todos los eventos a realizarse son publicados con anticipación, ya sea en su página oficial o redes sociales, sin embargo, falta un poco más de evidencia en el medio televisivo.
Aceptación	3	-TripAdvisor: calificación de 4 sobre 5 y el 43% le parece excelente.	2	-TripAdvisor: no existe una puntuación específica del teatro.	3	-Facebook: 5.230 seguidores	3	-Facebook: 7.889 seguidores
		-Facebook: 40.000 seguidores		-Facebook: 4.073 seguidores		-Instagram:1.118)		-Instagram:1.077
		-Instagram:2.000		-Instagram:1.114				

Nota. Matriz de comparación de servicio y producto ofertado por parte de la competencia directa (del mismo sector) del Teatro Atahualpa.

3.2. Resultado de las encuestas

Mediante la realización de 73 encuestas semi abiertas, se determinó el estudio de dos segmentos de mercado fundamentales para esta investigación, el visitante nacional y el turista extranjero. Es importante recalcar que todas las personas encuestadas conocen el Centro Histórico de Quito.

La edad predominante de las personas entrevistadas del perfil nacional, oscila entre los 25 a 35 años con el 51% y de 46 a 55 años con el 23%. Del total, el 40% es de género femenino y el 54% es de género masculino. Las principales actividades de los encuestados son, estudiantes (8%), trabajadores (85%) y personas jubiladas (8%). Por otro lado, el perfil del turista internacional mantuvo un rango de edad de entre los 20 a 35 años con el 85%. El género femenino represento un 29% y el masculino un 71%. Las principales actividades de los encuestados internacionales son estudiantes con un 21% y trabajadores con el 86%, (Ver tabla 3).

Tabla 5

Datos de información general de las personas encuestadas.

	Nacional	Internacional
Edad	25-35 =51%; 36-45 =15% 46-55 =23%; 56-65 =8% Más de 65=3%	20-24= 23% 25-35= 62% 36-45= 15%
Género	Femenino = 40% Masculino = 54%	Femenino = 29% Masculino = 71%
Ocupación	Estudiante = 8% Trabajador = 85% Jubilado = 8%	Estudiante = 21% Trabajador = 79%
Nacionalidad	Quito = 100%	EEUU = 24% Alemania = 15% Argentina =12% Bélgica = 9% Canadá = 9% Dubái = 3% Brasil = 6% Chile= 6% Israel = 6% Francia = 3% Italia = 9%

Para el segmento nacional, los atractivos de mayor interés en el Centro Histórico de Quito, son los museos con un 31% y barrios emblemáticos con el 25%, dejando a un lado las iglesias. Mientras que, para el segmento extranjero los atractivos más interesantes son las iglesias (27%) y barrios emblemáticos con un (26%), dejando a un lado los restaurantes del sector con el 12%, y los museos con 17% (Ver figura 10).

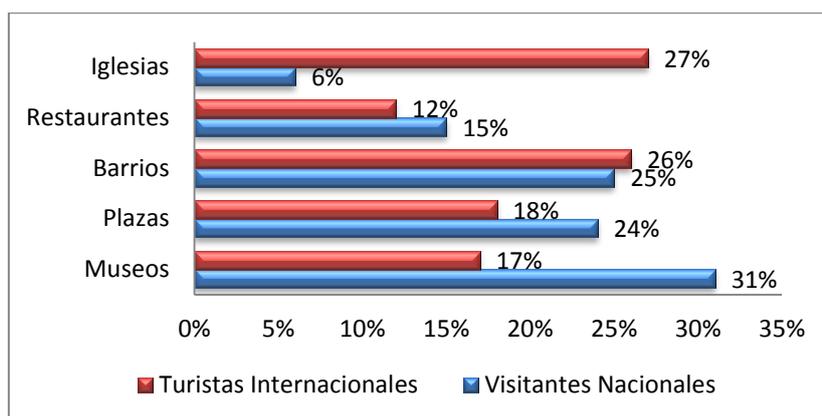


Figura 7. Los atractivos que encuentran más interesantes en el Centro Histórico de Quito.

Como atractivos complementarios al Centro Histórico de Quito, de acuerdo al segmento nacional, se reflejó que los eventos gastronómicos (28%) y las obras teatrales (25%) pueden realzar al sector. Por el contrario, para el segmento internacional les interesarían las obras teatrales (24%), seguidos de la danza (59%), (Ver figura 11).

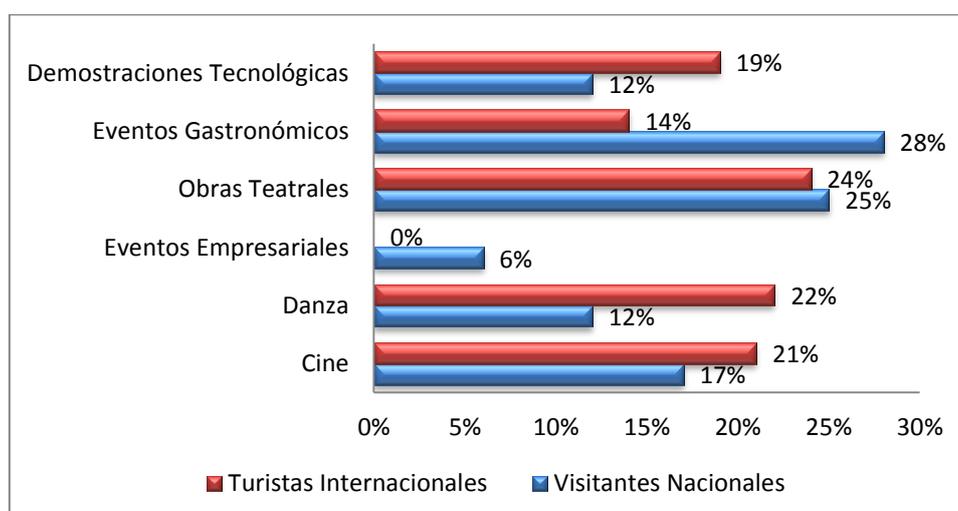


Figura 8. Atractivos complementarios en el Centro Histórico de Quito.

Analizando los teatros, para el segmento nacional, se obtuvo que el 44% si asiste al teatro. Mientras que, en el segmento internacional, un 59% si asiste a los teatros, en ambos segmentos se refleja la asistencia al teatro entre de 2 a 3 veces en un año. Cabe resaltar, que los turistas internacionales manifestaron que sí aceptaría visitar un teatro en vacaciones por simple interés propio (70%) (Ver figura 12).

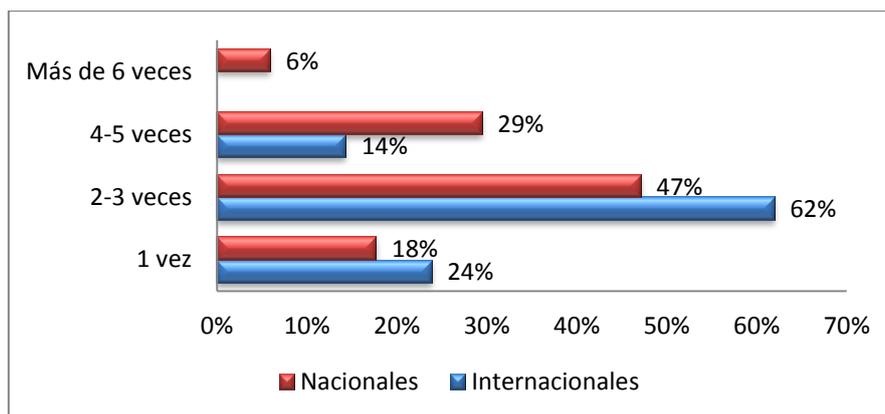


Figura 9. Número de asistencias al teatro en 1 año.

Es importante conocer el motivo por el cual, el segmento nacional no asiste más veces a un teatro, el 57% demostró que es por falta de información, provocando a la vez que futuros asistentes no tengan conocimiento de las actividades que se realizan en un teatro. También afirman que se debe a la falta de tiempo e interés, (Ver figura 13).



Figura 10. Motivo por el cual el segmento nacional no asiste a teatros.

Por otro lado, las personas dentro del segmento internacional, revela que no asiste a los teatros, porque no le interesa (43%), evidenciando que posiblemente no se está ampliando o innovando la oferta de los teatros, ya que no llama su atención. Además de ello, un 29% no tiene tiempo para los teatros.

En definitiva, han demostrado que prefieren ver otros atractivos o hacer otras actividades de mayor interés, antes que visitar un teatro, a pesar de que sí lo tomarían en cuenta para visitarlo en vacaciones, (Ver figura 14).



Figura 11. Motivo por el cual el segmento internacional no asiste a teatros.

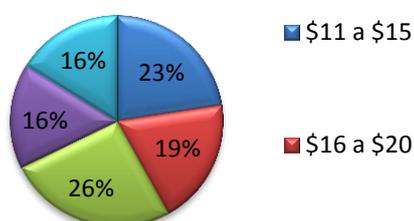
Actualmente, conforme al segmento nacional el tipo de espectáculo que prefieren a la hora de asistir a un teatro, son las obras escénicas (34%), seguido de eventos de música y comedia cada uno con el 29%. Así mismo, evaluaron a los espectáculos como clásicas (58%) y modernas (42%) En cambio, los turistas internacionales prefieren presenciar otro tipo de espectáculos como música (31%), la danza (24%) y comedia (24%), actualmente el valor de las presentaciones al asistir a un teatro son clásicas (73%). Sin embargo, es importante recalcar que a pesar de que tanto los nacionales como internacionales no asisten frecuentemente a un teatro, alrededor del 65% de los encuestados encuentran a las presentaciones creativas, (Ver figura 15).



Figura 12. Espectáculos que prefieren para visitar un teatro.

De acuerdo a los gastos dentro de estos establecimientos muestra un promedio desde los \$11 a \$25 dólares por entrada. Mientras, que los turistas internacionales consumen entre los \$16 a \$25 dólares, sin embargo, sí se refleja un resultado significativo del 21% de gasto promedio de más de \$26 dólares por entrada a un teatro, demostrando así que son un segmento, que sí consideraría a la oferta del teatro interesante, estaría dispuesto a pagar precios superiores a \$26 dólares, (Ver figura 16).

Visitante Nacional



Turista Internacional

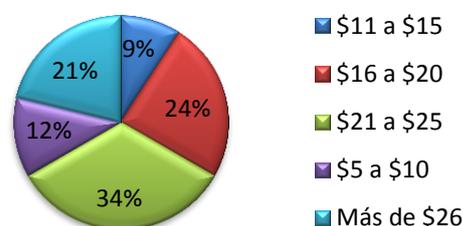


Figura 13. Gasto promedio en teatros.

Además, explorando si el segmento nacional identifica los teatros más emblemáticos del sector, se evidencia que el 93% reconoce el Teatro Nacional Sucre (93%) es el más popular y conocido entre las personas, en segundo lugar se encuentra el Teatro México (36%) a pesar de estar un poco más alejado del sector y por último lugar se encuentra el Teatro Capitol 12%, el cual, fue recientemente reactivado, pero aún no hay mayor acogida. El resultado del segmento internacional, únicamente mostros dos resultados, donde reflejó que más del 70% reconoce al Teatro Nacional Sucre y el 20% conoce el Teatro México. Cabe recalcar, que sí se reactivará un nuevo teatro dentro del sector el 99.8% sí asistiría.

En las encuestas también se exploró cuáles serían posibles espectáculos que llamaría el interés de las personas. Conforme las preferencias, el visitante nacional prefiere los conciertos musicales, seguido de las presentaciones de comedia y en el tercer lugar cine y documentales. El perfil internacional gusta

de presentaciones de comedia, en segundo lugar, cine/documentales y en tercer lugar danza alternativa, (Ver figura 17).

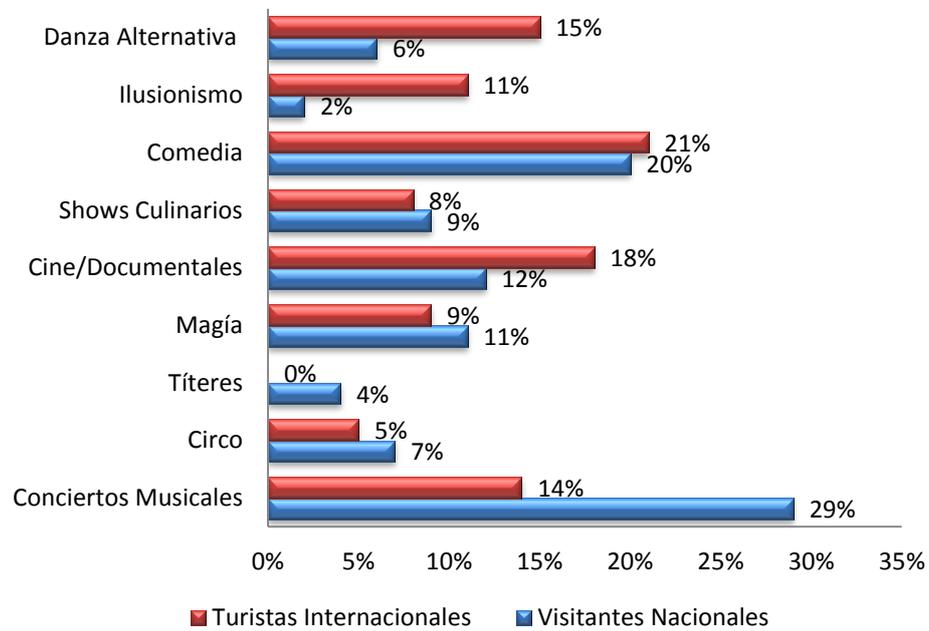


Figura 14. Espectáculos Preferidos.

3.2.1. Análisis FODA encuestas

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, se determinó el uso de la matriz FODA, para analizar diferentes componentes que aporten al objeto de estudio.

Tabla 6

Análisis FODA encuestas.

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Los teatros tienen una ubicación privilegiada, • Los espectáculos de los teatros son considerados creativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar un nuevo segmento de mercado (turista internacional) como un perfil que podría considerar al teatro como un atractivo potencial. • El visitante nacional, preferiría dentro de un teatro, los conciertos musicales y espectáculos de comedia. • Las presentaciones de comedia y los documentales son los espectáculos que preferirían los turistas internacionales dentro de un teatro. • Los turistas y visitantes consideran que las obras teatrales y eventos gastronómicos serían atractivos complementarios importantes para el Centro Histórico de Quito. • Posibilidad de innovación conforme a la demanda. • Disponibilidad de gasto de más de \$ 26 dólares por un evento de interés por los turistas extranjeros. en un teatro. • El teatro puede ser un atractivo de preferencia en vacaciones. • Los segmentos analizados manifiestan gran aceptación por la reactivación de un nuevo teatro en el sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los teatros no son frecuentemente visitados, máximo se visitan de 2 a 3 veces al año por ambos segmentos. • Son atractivos tradicionales, no son muy reconocidos. • Falta de promoción y difusión de los eventos que se realizan en teatros. • Los turistas no tienen motivación por asistir a un teatro. Por tanto la apreciación de es mínima. • El único teatro identificado en el Centro Histórico de Quito es el Teatro Nacional Sucre. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de empresas que están posicionadas en el mercado. • La falta de tiempo restringe la posibilidad de visita de un teatro. • Productos sustitutos en el Centro Histórico de Quito.

3.3. Resultado de las entrevistas

Se procedió a realizar entrevistas semi-estructuradas a expertos relacionados con los teatros, cultura y reactivación de un teatro, con el objetivo de obtener diferentes enfoques del caso de estudio, (Ver tabla 50).

Tabla 7

Resultado de entrevista a expertos en el tema

	MSc. Carolina Matheus, Docente Udlá	Ing. Juan Sánchez, Docente ISMAC
Popularidad Teatros de Quito.	Ninguna opinión	-Desde inicios de este siglo los teatros en la actualidad han decaído. -Ha sido desplazado por nuevas formas de entretenimiento como: cine, steaming (hace referencia al uso de la red para música y videos).
Aspectos positivos y negativos en la actividad de artes y recreación.	Ninguna opinión	-Quito es una ciudad con mucha esencia cultural. -La mayoría de las personas quienes lo habitan, han ido perdiendo ese interés cultural y dentro de ello las artes.
Teatro como atractivo turístico.	-Se necesita agregar un poco de valor agregado, para poder llamar la atención de las personas, pero ya se podría empezar a dirigir a un turismo más especializado.	-Son atractivos que al momento no se explotan, en otros países los teatros son puntos obligatorios del turista -También son complementarios a la hora de ofertar entretenimiento y cultura.
Restauración del Teatro Atahualpa.	-El Teatro Atahualpa es una edificación emblemática, simplemente por su arquitectura del siglo XX, el cual, es un bien que representa al modernismo y funcionalismo que se buscaba en aquella época más que lo estético. -Tiene un Premio al Ornato, que resalta su valor arquitectónico.	- Siempre es bueno rescatar espacios que se quedaron olvidados con el paso del tiempo pero mantenerlo en el tiempo es importante ya que varias cosas han sido reactivada, pero por falta de promoción o innovación volvieron al estado en que iniciaron.
Teatro Atahualpa como atractivo potencial en el Centro Histórico de Quito.	-Oportunidad de dar valor a estos bienes de la época del modernismo. - Un Centro Histórico no debería valorarse únicamente por la antigüedad de los bienes que la conforman.	-Arquitectónicamente es diferente al resto de edificios lo que puede resultar interesante. -La reactivación como espacio cultural sería de gran ayuda para la mejora del sector. La cultura no es rentable por sí sola, siempre debe estar acompañado de varios componentes que le soporten especialmente en temas económicos.

3.3.1. Resultado entrevista Instituto Metropolitano de Patrimonio [IMP].

Diana Araujo, Coordinadora de Gestión Técnica Institucional y Asesora Técnica de la Dirección Ejecutiva del IMP, nos comenta sobre los procesos que se deben seguir para poder gestionar proyectos a bienes patrimoniales de la ciudad de Quito, los cuales, se encuentran dentro de un inventario, existen dos, el inventario selectivo que se lo realiza a los alrededores de la ciudad como las parroquias y el inventario continuo que es dentro del área del Centro Histórico, estas se catalogan en la protección absoluta, parcial rehabilitable (reactivación y conservación) y negativa (predios sin valor patrimonial).

Para determinar a un bien inmueble como patrimonio se realiza el levantamiento de una ficha técnica, el cual, contempla varios aspectos entre información del propietario, su ubicación en el entorno, levantamiento de planta y grafica referencial, se valora por puntajes (35 puntos máximo), la caracteriza que más valoración le da es por su antigüedad y significado social simbólico, sin embargo, se pretende gestionar una ficha para la valoración de la arquitectura moderna. Para algunos bienes inmuebles que se encuentran abandonados en el sector, se realiza un plan de desarrollo, el cual podrían tener alto impacto en las áreas urbanas.

De acuerdo al Teatro Atahualpa, se encuentra actualmente en el inventario, pero no cumple aún con todos los puntos de técnicas constructivas, a pesar de su valor simbólico, Diana explica que la IMP, envía oficios cada año para recordar a los propietarios del abandono de los varios lugares y manifestar su continuo mantenimiento, no obstante, si el propietario no tiene la iniciativa del desarrollo de un proyecto para el bien patrimonial, donde, se busque el beneficio económico y social del barrio, no se puede obligar, además, es importante mencionar que está prohibida la venta de bienes patrimoniales que están en manos públicas.

4. CAPÍTULO IV. PROPUESTA ESTRATÉGICA

4.1. Conceptualización de la propuesta

Dentro del sector turístico el presentar solamente a un atractivo hermoso a vista, no basta, ya que siempre debe ir de la mano de un valor agregado, en este caso la experiencia turística, el cual, “refleja la sensación positiva o negativa que le genera interactuar de manera tangible o intangible con un producto o un servicio” (Vrsalovic, 2018).

Hoy en día, la generación de experiencias se ha transformado en un elemento de marketing muy importante, donde la clave es alejar lo común y lo cotidiano de las personas, sin embargo, es fundamental usar esta herramienta basado en la sinceridad y realidad de lo que se ofrece, ya que, al generar expectativas elevadas, podría generar la sustitución de los mismos (Cruz, 2018). Es por ello que después de entender este concepto y tomando en cuenta los resultados obtenidos de la investigación, se presenta una propuesta, el cual, describe al Teatro Atahualpa como un espacio que se especializa en la presentación de eventos musicales y shows de comedia. Asimismo, se considera al lugar como un espacio donde el talento nacional tenga la oportunidad de demostrar sus habilidades artísticas, ya sea dentro de las obras teatrales como en el cine, esto permite mostrar algo más que solo un destino atractivo de vista.

Además, se toma como valor agregado el mantener un funcionamiento constante del lugar como atractivo turístico, para lo cual, se considera a la tecnología como un recurso fundamental (Ver tabla 6).

- Uso de las gafas de realidad virtual, por medio de su implementación se desea presentar videos que resalten el valor turístico del sector como también la ciudad de Quito (se pueden considerar videos netamente turísticos, relatar fechas cívicas importantes para la ciudad o leyendas).

- Destacar el valor arquitectónico del Teatro Atahualpa, implementando el uso de luces led que resalten las características únicas de su fachada generando curiosidad y reconocimiento de quienes visitan el sector.
- Es así, como se desea dar a conocer que el sector del Centro Histórico de Quito también puede adaptarse a los nuevos tiempos, manteniendo por supuesto su esencia cultural a través de lo moderno.

Misión:

El Teatro Atahualpa es uno de los primeros teatros reactivados en el Centro Histórico de Quito, dedicado a contribuir con eficiencia y eficacia el crecimiento cultural y turístico local, por medio del uso de la tecnología y la representación de eventos especializados en música, comedia y productos innovadores,

Visión:

El Teatro Atahualpa para el año 2024, es reconocido como uno de los teatros más innovadores de la ciudad por la diversidad de sus eventos y la calidad de sus productos, para clientes nacionales y extranjeros que gusten de conocer más a fondo la cultura de la ciudad de Quito.

4.1.1 Matriz de Estrategias.

A continuación, se presenta una matriz de estrategias el cual, se basan en tres ejes fundamentales la reapertura, generación de producto y posicionamiento.

Tabla 8
Matriz de Estrategias.

Estrategias	Objetivo estratégico táctico y operacional	Actividades	Responsables	Indicadores de medición de objetivos	Fórmulas de evaluación	Meta	Fuente de verificación
1. Impulsar la inversión para reactivación del Teatro Atahualpa en el Centro Histórico de Quito.	1.1. Identificar políticas y normativas alineadas a las disposiciones legales para la reactivación del Teatro Atahualpa en el primer trimestre.	1.1.1. Legalización para uso de bienes patrimoniales.	BIESS (propietario) Comisión de Áreas Históricas Municipio Quito	Número total de documentos legalizados (15 documentos a emitir) para el uso del espacio para el primer trimestre del año de planificación.	Documentos al momento inicial + documentos al finalizar (0 meses+3 meses)	Finalizar con el 100% de todo el procedimiento de legalización para finales del primer trimestre.	-Listado de permisos semanales. -Documentos de permiso obtenidos.
		1.1.2. Registro de aprobación de permisos obtenidos.	BIESS (propietario)				
	1.2. Desarrollo de un plan financiero detallando costos de su reapertura para el primer año de ejecución.	1.2.1. Establecer un presupuesto de inversión.	Asesor Financiero Contador encargado	Desarrollar un plan financiero de inversión aprobado por el dueño y entes gubernamentales, al finalizar el primer año de planificación.	(Total de inversión a realizar)	Creación del 60% del plan financiero para el segundo trimestre del primer año.	Documentos de presupuesto de inversión final aprobado.
	1.3. Obtener el 60% del capital para la renovación del Teatro Atahualpa en el primer año de planificación.	1.3.1. Identificar actores interesados entre empresas públicas y privadas.	BIESS (propietario)	Incremento trimestral de fondos del 10% para la reactivación del Teatro Atahualpa.	(Presupuesto estimado - fondos recolectados)	Participación del 75% del capital en el primer año de funcionamiento,	Control de fondos recaudados.
		1.3.2. Crear alianzas estratégicas entre empresas estatales y privadas.					
		1.3.3. Firma de acuerdos financieros al proyecto.	BIESS (propietario) y empresas interesadas en el proyecto.				
	1.4. Mantener un control sistemático del modelo	1.4.1. Elaboración de un balance general.	Contador encargado	Registro trimestral de transacciones realizadas	(Ingresos de capital – Egresos)	Control trimestral del uso correcto de	Informes financieros.

	financiero trimestralmente.			en el primer año.		los recursos establecidos en el modelo financiero.	
	1.5. Implementar una estructura organizacional al Teatro Atahualpa para el año 2021.	1.5.1. Definir misión y visión del Teatro Atahualpa.	BIESS (propietario)	Al término del primer año de planificación desarrollar un modelo Organizacional.	(Sumatoria de las áreas planificadas - las implementadas)	Determinar el 100% del modelo organizacional para el último trimestre del primer año de planificación.	Manual de procesos por departamento.
1.5.2. Definir departamentos y funciones.							
1.5.3. Contratación de personal capacitado.		Departamento de recursos humanos					
2. Generar productos creativos culturales y turísticos.	2.1. Establecer un plan de gestión del producto para el Teatro Atahualpa para el primer año de funcionamiento.	2.1.1. Implementar tecnología de realidad virtual 360 para generar actividad durante el día.	BIESS (propietario) Apoyo de universidades de la carrera de Electrónica y Telecomunicaciones.	Para el primer semestre de funcionamiento ejecutar el total de productos desarrollados (4 productos bases).	(Total de productos planificados - total de productos desarrollados)	Lograr efectuar por lo menos el 70% de los eventos en el primer año de funcionamiento.	-Cronograma de productos desarrollados. -Informe de gestión por eventos realizados cada seis meses.
		2.1.2. Establecer las obras musicales y de comedia.	Departamento de Logística Técnica y Apoyo de universidades				
		2.1.3. Establecer un producto artístico nacional de acuerdo a documentales y obras teatrales.					

		2.1.4. Emplear juego de luces en la fachada del Teatro Atahualpa en las noches.	BIESS (propietario)				
2.2. Generar eventos diferentes de la temática trimestralmente en el Teatro Atahualpa para el primer año de funcionamiento.		2.2.1. Proponer un evento de danza alternativa.	Departamento de Logística Técnica	En el primer año de funcionamiento cumplir con el total de eventos especiales planificados (4 eventos).	(Total de eventos planificados - total de eventos ejecutados)	Cada tres meses de anticipación lograr la planificación del 100% de cada evento especial	-Cronogramas de actividades por fechas tentativas cada tres meses -Informe final semestral de acogida de los eventos especiales.
		2.2.2. Producir eventos gastronómicos (degustaciones)					
		2.2.3. Planificación de eventos relacionados con el Ilusionismo					
		2.2.4. Espacio físico para promover diálogos de temas relacionados a la inclusión y ayuda social.					
2.3. Implementación de un modelo de calidad para el primer año 2021.		2.3.1. Establecer los parámetros de calidad.	Departamento de Logística Técnica	Porcentaje del avance del modelo de calidad implementado para el teatro en el primer semestre del año de funcionamiento.	(% de personal capacitado + % de satisfacción de los consumidores)	Cumplimiento del 80% de los parámetros de calidad establecidos en el modelo en el primer año de funcionamiento.	-Auditoría de calidad. -Reporte de encuestas de satisfacción.
		2.3.2. Monitoreo de satisfacción de los consumidores.					
		2.3.3. Monitoreo mensual de los equipos técnicos dentro del teatro.					

		2.3.4. Capacitaciones de calidad a quienes conforman la operación técnica de los eventos realizados.					
3. Desarrollar un plan de promoción y difusión del producto ofertado del Teatro Atahualpa.	3.1. Registro de marca para finales del año 2021.	3.1.1. Diseño corporativo (logo, slogan y otros) del Teatro Atahualpa.	Departamento de relaciones públicas	Para finales del año 2021, alcanzar al menos 4 marcas aprobadas y registradas.	(Total de marcas registradas en el año 1 + total marcas registradas en el año 2)	Comunicación de marca con el 80% del segmento objetivo para el primer año de funcionamiento.	Registro de marcas en el IEPI.
		3.1.2. Introducción de extensiones en línea de la marca para los dos primeros años de funcionamiento.					
		3.1.3. Alianzas estratégicas para patrocinio de marca.					
	3.2. Monitoreo semanal de marketing online aplicado por el Teatro Atahualpa.	3.2.1. Creación de un página web oficial del Teatro Atahualpa	Departamento de relaciones públicas	Total, de cuentas online creadas en el año de planificación, antes del funcionamiento del teatro.	(Total de cuentas creadas en redes sociales año 1 + total de cuentas creadas en al año 2)	Incremento mensual del 10% de seguidores en las redes sociales más populares.	Cuentas en Facebook, Instagram, Snapchat, WhatsApp. Número de seguidores mensuales
		3.2.2. Uso de cuentas en redes sociales.					
		3.2.3. De acuerdo al evento, el uso de medios televisivos y de radios.					
3.3. Posicionamiento del Teatro Atahualpa en el top of mind del segmento meta como un atractivo, de acuerdo, a TripAdvisor.	3.3.1. Campañas comunicacionales con enfoque experiencial visual.	-Departamento de relaciones públicas -Departamento de logística técnica	Medición del posicionamiento de la marca en la mente de los consumidores, por medio de la aplicación de encuestas del segmento a finales del segundo año de funcionamiento.	(El número total de visitas * 100 / el número de personas que calificaron con la puntuación máxima al teatro en TripAdvisor)	Visita del 60% del segmento meta, valoran al teatro como excelente para el segundo año de funcionamiento.	Registro de calificaciones y opiniones en TripAdvisor. Registro de visitas.	
	3.3.2. Control constante de la satisfacción del cliente.						

4.2 Cronograma de Actividades

Se detalla a continuación el tiempo de duración por actividad planteada en el matriz de estrategias, basado en tres años: el primer año de planificación, el segundo como desarrollo y lanzamiento de producto, para finalizar promoción además, del mantenimiento de calidad en el servicio y producto ofertado.

Tabla 9

Cronograma de actividades.

Actividades	Año 1				Año 2				Año 3			
	Trimestral				Trimestral				Trimestral			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Impulsar la inversión para reactivación del Teatro Atahualpa en el Centro Histórico de Quito.												
1.1.1. Legalización para uso de bienes patrimoniales.	■											
1.1.2. Registro de aprobación de permisos obtenidos.	■											
1.2.1. Establecer un presupuesto de inversión.	■	■										
1.3.1. Identificar actores interesados entre empresas públicas y privadas.		■	■									
1.3.2. Crear alianzas estratégicas entre empresas estatales y privadas			■									
1.3.3. Firma de acuerdos financieros al proyecto.			■	■								
1.4.1. Elaboración de un balance general.					■	■	■	■				
1.5.1. Definir misión y visión del Teatro Atahualpa.				■								
1.5.2. Definir departamentos y funciones.				■								
1.5.3. Contratación de personal capacitado.					■							
2. Generar productos creativos culturales y turísticos.												
2.1.1. Implementar tecnología de realidad virtual 360 para generar actividad durante el día.						■						

4.3 Actores de posibles interesados

Por medio del siguiente cuadro, se detalla la lista de posibles involucrados en la participación del proyecto, tomando en cuenta las dificultades que podrían presentar cada uno de ellos en el desarrollo del mismo como sus beneficios al efectuarlo (Ver tabla 8).

Tabla 10

Actores de posibles involucrados.

	Actores	Funciones	Problemas percibidos	Intereses frente a la propuesta
Estatales	MINTUR	Ente gubernamental encargado de la regulación, planificación, promoción y control de la actividad turística en el Ecuador.	Límite de recurso económico y talento humano.	Impulsar al desarrollo de nuevos atractivos en Quito.
	Municipio de Quito	Se relaciona con lo legislativo para la aprobación de ordenanzas, resoluciones y acuerdos en el Distrito Metropolitano de Quito.	Limitantes en recursos económicos	Establecer ordenanzas con el abandono de bienes en el CHQ.
	Quito Turismo	Se encarga del levantamiento de información y estadísticas del DMQ, además de la promoción, desarrollo y calidad turística del destino.	Límite de recurso económico y humano	Promoción de nuevos atractivos.
	Secretaría de Cultura del DMQ	Es el ente encargado de la política cultural pública del Distrito Metropolitano de Quito (museos, teatros y espacios culturales)	Limitantes en la aceptación de su concepto por los propios ciudadanos.	Desarrollar planes de desarrollo turístico enfocados a un concepto de identidad, diversidad e

				interculturalidad.
	IMP	Se encarga en ejecutar la política pública de la conservación del Patrimonio de Quito (registrar, proteger y promocionar)	Recursos económicos limitados	Apreciación y conservación de un bien arquitectónico representante del siglo XX representante del modernismo.
	Universidades	Carreras especializadas en Electrónica y Telecomunicaciones, como también la carrera de artes y cine.	Falta de apoyo.	Oportunidad de realizar proyectos relacionados a su carrera, brindando un aporte al atractivo.
Privadas	Asociación de Artistas Escénicos del Ecuador	Grupo de artistas nacionales asociados a expresiones artísticas, teatro o cine.	Limitantes en recursos económicos	Brindar el acceso a las nuevas tecnologías, y uso de espacios para obras de teatro, articulan sus demandas.
	Red de Espacios Escénicos Independientes	La RED contribuye al fortalecimiento de los espacios escénicos independientes, cuyas principales actividades son la creación, formación, distribución, circulación y exhibición de servicios y productos culturales relacionados a las Artes Escénicas.	Limitantes en recursos económicos	Procurar contar con un ambiente tranquilo y adecuado para exhibiciones culturales.

Nota. Cuadro de posibles actores que podrían beneficiarse con la participación de la propuesta.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

El turismo teatral en la actualidad genera un aporte económico importante a la industria turística, es así como se destacan en algunos países de Europa entre ellas Austria, incluso en América Latina como en Argentina, donde la mayoría de teatros sobresale por la conservación de su arquitectura, como de sus tradicionales presentaciones, muchos de ellos están vinculados a la industria turística, ya que se generan visitas no solo de residentes sino también de turistas que gusta de estos espectáculos.

Se refleja la poca participación del sector de artes y recreación como de teatros en el país, mostrando un aporte económico del 2%, generando a que la industria sea vista con pocas oportunidades de empleo dentro de estos establecimientos, tomando en cuenta que el Centro Histórico es uno de los principales atractivos de la ciudad de Quito, la oferta de los teatros a los alrededores muestra variedad, sin embargo, están enfocados en eventos similares, por lo tanto la acogida es mínima y generalmente es visitada por personas quienes participan o tienen relación con las obras escénicas.

De acuerdo al levantamiento de información al mercado objetivo, da como resolución la preferencia de asistir a obras teatrales más variadas, conciertos musicales, presentaciones de comedia, demostraciones tecnológicas dentro de estos establecimientos, dando apertura de generar la especialización del Teatro Atahualpa para estos espectáculos, además, se determina que el segmento objetivo está dispuesto a gastar desde US\$11 dólares hasta más de US\$26 en estos eventos, permitiendo así generar un atractivo potencial.

La oferta del producto actual de teatros, muestra una deficiencia entorno a que el 57% confirma que no asisten a los teatros por falta de información y el 43% no lo hace por falta de interés, por lo tanto, se revela que es necesario aplicar

mejoras en la estrategia de difusión y promoción de los productos, además de tener una constante innovación en la oferta de los mismos.

El Teatro Atahualpa puede llegar a marcar una tendencia en el sector como un producto innovador, al implementar a la tecnología dentro del producto, permite generar mayor interés no solo del mercado objetivo interesado en espectáculos especializados, sino también de las nuevas generaciones, despertando el interés de los mismos, influyendo en la decisión de compra.

5.2. Recomendaciones

Generar la participación de entidades, especialmente turísticas para el rescate del Teatro Atahualpa, por su importancia patrimonial con el objetivo de dar sostenibilidad a la infraestructura de la ciudad de Quito como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Desarrollar proyectos que motiven el uso de teatros como espacios turísticos, sin dejar de lado la diversificación e innovación en la oferta, el cual permitirá generar mayor interés de la demanda turística del Centro Histórico de Quito.

El Ministerio de Patrimonio y Cultura del Ecuador, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural [INPC], Instituto Metropolitano de Patrimonio y el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social [BIESS] como propietario del establecimiento, son quienes deberían realizar una socialización de la propuesta presentada con la finalidad de que la propuesta de rehabilitación del Teatro Atahualpa sea una realidad y tenga una sostenibilidad en el tiempo.

REFERENCIAS

- Acerenza, M (2006). Efectos económicos, socioculturales y ambientales del turismo. México: Trillas
- Alben (s.f.). Sondeo de Opinión. Recuperado de <https://www.alben.es/sondeo-de-opinion/>
- Austria (s.f.). Casco histórico de Viena. Recuperado de <https://www.austria.info/es/actividades/ciudades-y-cultura/patrimonio-cultural-de-la-humanidad/casco-historico-de-viena>
- BAQ (2018). Conjunto edificio Simón Bolívar y Teatro Atahualpa. Recuperado de <http://baq-cae.ec/conjunto-edificio-simon-bolivar-y-teatro-atahualpa/>
- Bernal, C (2010). Metodología de la Investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. Tercera edición. Bogotá, Colombia: Pearson.
- Blanco, L (2017). El Buenos Aires cultural. Recuperado de <http://www.laregion.es/articulo/la-revista/buenos-aires-cultural/20170907150511734399.html>
- Camarero, C. y Garrido, M (2004). Marketing del Patrimonio Cultural. Madrid España: ESIC
- Conoce la Historia (s.f.). Historia del Teatro Ecuatoriano: Lo que ignorabas sobre este. Recuperado de <http://conocelahistoria.com/c-artes/historia-del-teatro-ecuatoriano/>
- Cruz, N (2018). ¿Qué es el turismo de experiencias?. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/turismo-de-experiencias/>
- Cultura y Patrimonio (2016) Ley de Cultura. Recuperado de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/Ley-Orga%CC%81nica-de-Cultura-APROBADA-Y-PUBLICADA.pdf>
- Cultura y Patrimonio (2017). Lluís Bonet y Héctor Schargorodsky presentarán su libro en Quito el cual aborda la gestión de teatros. Recuperado de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/lluis-bonet-y-hector->

schargorodsky-presentaran-su-libro-en-quito-el-cual-aborda-la-gestion-de-teatros/

Cultura y Patrimonio (2017). Plan Estratégico Institucional 2013 – 2017. Recuperado de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/03/Plan-Estrate%CC%81gico-2016.pdf>

Cultura y Patrimonio (2017). Territorio de Artes y Creatividades. Recuperado de <http://contenidos.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/SENPLADES-Ecuador-Territorio-de-las-Artes.pdf>

Diario de León (2004, 11 de marzo). El perfil del espectador de teatro: universitario, soltera y de 25 a 44 años. Recuperado de http://www.diariodeleon.es/noticias/cultura/perfil-espectador-teatro-universitaria-soltera-25-44-anos_127091.html

El Telégrafo (2013, 1 de abril). De los 61 teatros del Ecuador, 25 se encuentran en Quito. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/1/de-los-61-teatros-del-ecuador-25-se-encuentran-en-quito>

El Telégrafo (2016, 10 de agosto). Historia y cultura en el centro histórico de la capital. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/702/1/historia-y-cultura-en-el-centro-historico-de-la-capital>

El Telégrafo (2018, 8 de septiembre). El centro de Quito pierde 2% de sus vecinos cada año. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/quito-patrimonio-cultural-centro-historico>

FLACSO (s.f.). Quito, Ciudad Capital. Recuperado de https://www.flacso.edu.ec/flax15/_upload/etnohistoria/pdfs/QUITO_IG.pdf

Geoguía (s.f.). Mapa Turístico Centro Histórico de Quito. Recuperado de <http://www.lageoguia.org/centro-historico-de-quito/#16/-0.2215/-78.5095>

- Hanna (2016, Junio 22). El teatro ecuatoriano, un tesoro escondido – Reportaje. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Gh4bVorjaGs>
- Hernández-Sampieri, R (2010). Metodología de la investigación (5ta ed.). <https://lahora.com.ec/noticia/878148/los-cines-de-antac3b1o-se-empolvan>
- ILAM (2016). Nueva Ley de Cultura en el Ecuador. Recuperado de <http://ilam.org/index.php/es/noticias/articulos-destacados/964-ley-cultura-ecuador>
- ILAM. (s.f.). Los Diversos Patrimonios. Recuperado de <http://ilam.org/index.php/es/programas/ilam-patrimonio/los-diversos-patrimonios>
- INEC (2016). Directorio de empresas y establecimientos. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf
- Jácome, E (2018, 19 de enero). 143 casas están abandonadas en el Centro Histórico de Quito. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/casas-abandonadas-centro-historico-quito.html>
- La Hora (2009, 19 de mayo). Los cines de antaño se empolvan. Recuperado de MDMQ (s.f.). Problemática en CHQ y Áreas Patrimoniales. Recuperado de <http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/pdf/diagnosticohistorico.pdf>
- México: Mc Graw Hill
- MINTUR (2018). *Arribo de turistas a Ecuador creció en 14% en 2017*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>
- Moreno. L (2015, 21 de noviembre). A preservar los centros históricos. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/opinion/preservar-centros-historicos-opinion-cultura.html>

Moya, R y Peralta, E (2014). Sixto Duran Ballén. Planificador, Urbaista y Arquitecto pionero de la arquitectura en Ecuador. Quito, Ecuador: Trama Ediciones.

Nacional para el Buen Vivir 2017-2021. Recuperado de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Patrimonio (2004). Ley de Patrimonio Cultural. Recuperado de http://www.patrimonio.quito.gob.ec/images/lotaip2015/enero/ley_patrimonio_cultural.pdf

Patrimonio (2014). El rescate y cuidado del patrimonio en Quito es prioritario. Recuperado de <http://www.patrimonio.quito.gob.ec/index.php/difusion/actualidad/60-el-rescate-y-cuidado-del-patrimonio-en-quito-es-prioritario>

Prensa Quito (2011). Fonsal se convierte en Instituto Metropolitano de Patrimonio. Recuperado de http://prensa.quito.gob.ec/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2252

Quito (s.f). Ordenanza Metropolitana 0094. Recuperado de http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20MUNICIPALES%202011/ORDM-0094%20%20%20DE%20LAS%20%20C3%81REAS%20Y%20BIENES%20PATRIMONIALES.pdf

Quito (s.f). Ordenanza Metropolitana 0260. Recuperado de http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%20%20C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-260%20%20AREAS%20Y%20BIENES%20PATRIMONIALES.pdf

Quito Cultura (2017). Proyecto Quito tiene Teatro. Recuperado de <http://www.quitocultura.info/event/quito-tiene-teatro-2017/>

Quito Turismo (2017). Quito en Cifras. Recuperado de <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>

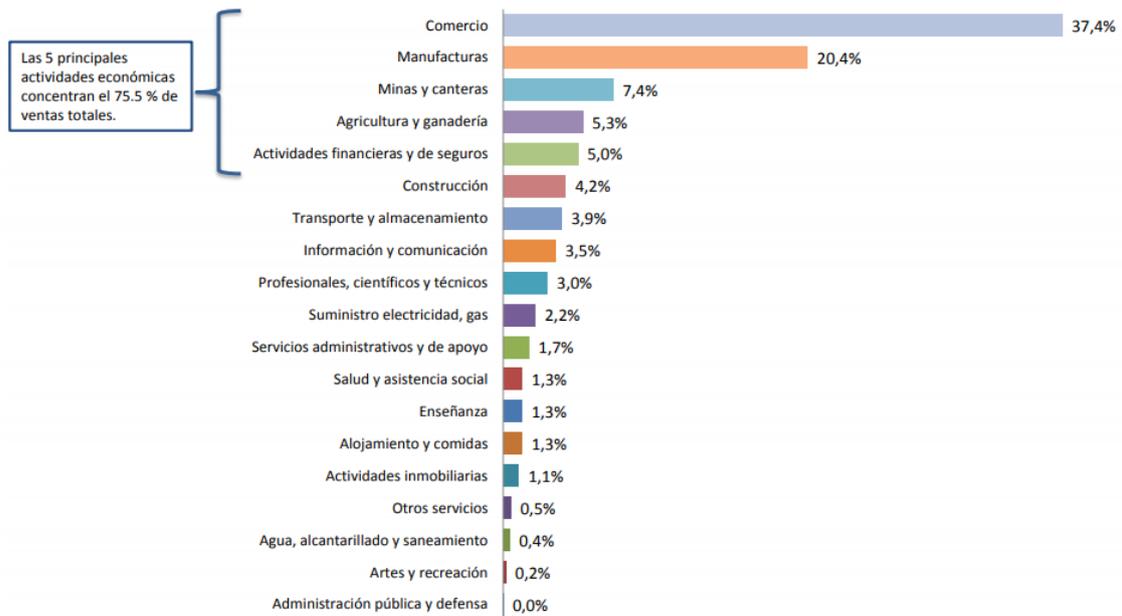
- Quito Turismo (2018). Quito nuevamente nominada en los World Travel Awards. Recuperado de <http://quitotravel.ec/es/2018/04/06/quito-nuevamente-nominada-en-los-world-travel-awards/>
- Razeto, J (2001). Turismo Patrimonial: entre la oportunidad y el peligro. IV Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, Santiago de Chile.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador (2017). *Plan*
- Supercias (2016). Estudio Sectorial: MIPYMES y Gran Empresas. Recuperado de http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02
- Teatro Sucre (2015). Teatro México. Recuperado de <https://www.teatrosucre.com/escenario/teatro-m%C3%A9xico>
- Teatro Sucre (2015). Teatro Nacional Sucre. Recuperado de <https://www.teatrosucre.com/escenario/teatro-nacional-sucre>
- Teatro Sucre (2015). Teatro Variedades. Recuperado de <https://www.teatrosucre.com/escenario/teatro-variedades-ernesto-alb%C3%A1n>
- Teatro Sucre (2017). Informe Final de Gestión 2017. Recuperado de https://www.teatrosucre.com/plantillas/lotaip/2018/m/informedegestion_FTNS_2017.pdf
- Tipos de arte (2017). ¿Qué es el Teatro? Concepto, significado y tipos. Recuperado de <https://tiposdearte.com/que-es-el-teatro-concepto-significado-y-tipos/>
- Turismo (s.f.). Cultura de Viena. Recuperado de <https://turismo.org/cultura-de-viena/>
- Últimas Noticia (2017, 25 de abril). El Biess puede vender el teatro Atahualpa. Recuperado de <http://www.ultimasnoticias.ec/las-ultimas/biess-vender-teatro-atahualpa-quito.html>

- UNESCO (1972). Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. Recuperado de <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- UNESCO (2017). Patrimonio Mundial. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/world-heritage/>
- UNESCO (s.f.). Patrimonio. Recuperado de <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>
- Universidad de las Américas (2018). Lineamientos de investigación Escuela Hospitalidad y Turismo. Recuperado de <http://www2.udla.edu.ec/udlapresencial/course/view.php?id=4816>
- Viajar el periódico (2012). Centro Histórico de Quito, único en América. Recuperado de <https://viajar.elperiodico.com/destinos/centro-historico-de-quito-unico-en-america>
- Vrsalovic, D (2018). Diseño de experiencias turísticas, una oportunidad para entregar emociones inolvidables y únicas. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/disenio-de-experiencias-turisticas-una-oportunidad-para-entregar-emociones-inolvidables-y-unicas/>

ANEXOS

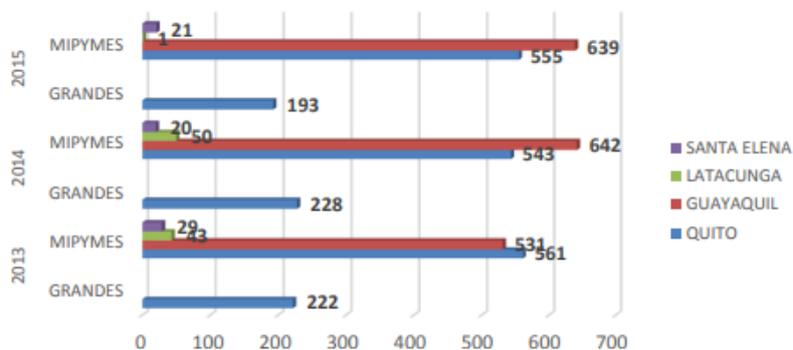
Anexo 1. Participación de las artes y recreación dentro de lo económico y laboral.

Participación en ventas por actividades económicas 2016. Adaptado de INEC, 2016.



Evolución del número de empleados por ciudad en el periodo analizado.

Adaptado de Supercias, 2016.



Anexo 3. Encuesta en Español aplicada al segmento de visitante nacional

Edad: 25-35___ 36-45___ 46-55___ 56___ 65___ +65

Género: Femenino Masculino

Actividad Principal: Estudiante Trabajador Jubilado

1. ¿Ha visitado el Centro Histórico de Quito?

SI NO

2. ¿Cuáles son los atractivos que ha encontrado más interesantes en el Centro Histórico de Quito?

Iglesias Plazas
 Museos Barrios (La Ronda, San Marcos..)
 Restaurantes Otros _____

3. Conforme a su experiencia, ¿qué atractivos complementarios le hacen falta al Centro Histórico de Quito?

Cine Danza
 Eventos empresariales Obras Teatrales
 Concursos fotográficos Eventos gastronómicos
 Demostraciones tecnológicas Otros _____

4. ¿Ha asistido al teatro en el último año?

Si ¿cuantas veces? _____

No

5. Si respondió "NO" ¿Cuál es el motivo de que no asistiera?

Falta de interés Falta de dinero
 Falta de tiempo Falta de información

Otra razón _____

6. Si respondió "SI" ¿Cuántas veces ha asistido al teatro en los últimos 6 meses?

- 1 vez 2-3 veces 4-5 veces Más de 6 veces

7. De los siguientes teatros dentro del Centro Histórico ¿Cuáles sabe que existe?

- Teatro Nacional Sucre Teatro Capítol
 Teatro Variedades Teatro México

8. ¿Cuál es el tipo de espectáculo de su preferencia cuando asiste al teatro?

- Obras escénicas Danza
 Música Comedia

Otros _____

9. ¿Cómo calificaría los espectáculos presentados en los teatros?

a)

- Clásico Moderno

b) Tomando en cuenta un rango de valor ¿qué tan creativo considera que son las presentaciones en el teatro?

- Muy Creativo
 Creativo
 Ni poco creativo
 Poco Creativo
 Nada Creativo

10. ¿Cuánto dinero pagó por las entradas de los eventos que asistió en el teatro en el último año?

- Gratuito o menos de \$5 \$5 a \$10 \$11 a \$15
 \$16 a \$20 \$21 a \$25 Más de \$26

11. Si se reactivara un teatro dentro del Centro Histórico de Quito ¿usted asistiría?

- Si
 No
 Tal vez

12. ¿Qué tipo de espectáculos le gustaría encontrar en un teatro? De los mencionados ¿cuáles serían sus tres favoritos?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Conciertos Musicales | <input type="checkbox"/> Shows Culinarios |
| <input type="checkbox"/> Circo | <input type="checkbox"/> Comedia |
| <input type="checkbox"/> Títeres | <input type="checkbox"/> Ilusionismo |
| <input type="checkbox"/> Magia | <input type="checkbox"/> Danza alternativa |
| <input type="checkbox"/> Cine/Documentales | Otros_____ |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4. Encuesta en Inglés, aplicada al segmento de visitante internacional

Age: 20-24 ___ 25-35 ___ 36-45 ___ 46-55 ___ 56 ___ 65 ___ +65

Gender: Female Male

Main Activity: Student Worker Retired

1. Have you visited the historical city center in Quito?

YES NO

2. What are the attractions that you have found most interesting in the the historical city center in Quito?

- | | |
|-----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Churches | <input type="checkbox"/> Plazas |
| <input type="checkbox"/> Museums | <input type="checkbox"/> Neighborhoods (la ronda, san marcos..) |

Restaurants

Others _____

3. According to your experience, what complementary attractions do you need in the historical city center in Quito?

Movie theater

Dance

Business events

Play-acting

Gastronomic events

Photo contest

Technological demonstrations

Others _____

4. Have you attended the theater in the last year?

Yes How many times?_____

No

5. If you answered "NO", what is the reason you did not attend?

Lack of interest

Lack of money

Lack of time

Lack of informacion

Another reason_____

6. If you answered "YES", how many times have you attended the theater in the last 6 months?

1 time 2-3 times 4-5 time More than 6 times

7. Would you visit a theater while you are on holidays?

Yes

Why? personal interest

local cultural encounter

No

Why? language barrier

money barrier

lack of interest

Other _____

8. Of the following theaters within the historical city center, which ones do you know exist? And according to you. Which is more popular? Taking into account the rating scale of 1 as the best known and 5 as the less known

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Teatro Nacional Sucre | <input type="checkbox"/> Teatro Capítol |
| <input type="checkbox"/> Teatro Variedades | <input type="checkbox"/> Teatro México |

9. What type of show do you prefer when you attend the theater?

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Scenic Works | <input type="checkbox"/> Dance |
| <input type="checkbox"/> Music | <input type="checkbox"/> Comedy |

Others _____

10. How would you rate the shows presented at the theaters?

a) Classics Modern

b) Taking into account a range of value, how creative do you think the shows are in the theater?

- Very creative
- Creative
- Not very creative
- Little Creative
- Nothing Creative

11. How much money did you pay for the tickets of the events you attended in the theater in the last year?

- | | | |
|--|--------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Free or less than \$5 | <input type="checkbox"/> \$5 a \$10 | <input type="checkbox"/> \$21 a \$25 |
| <input type="checkbox"/> \$11 a \$15 | <input type="checkbox"/> \$16 a \$20 | <input type="checkbox"/> More than \$26 |

12. If a theater were reactivated in the historic center of Quito, would you attend?

Yes

No

Maybe

13. What kind of shows would you like to find in a theater? Of those mentioned, what would be your three favorites?

Musical Concerts

Culinary Shows

Circus

Comedy

Puppets

Illusionism

Magic

Alternative dance

Cinema/Documentaries

Others_____

THANK YOU FOR YOUR COOPERATION

Anexo 5. Entrevistas a expertos

a) Entrevista 1

- Magister Carolina Matheus – Docente Udla (6 de noviembre 2018)
- Ing. Juan Sánchez - Docente ISMAC (29 de octubre 2018)

Cuestionario:

1. ¿Cómo una persona con conocimiento en la actividad de artes y recreación, podría mencionar aspectos positivos y negativos del sector?
2. ¿Qué tan populares son los teatros en Quito?
3. ¿Se podría considerar a los teatros como un atractivo turístico o como un complemento del mismo?
4. ¿Existe una actualización de los teatros de acuerdo a los cambios que existen en su entorno, es decir, se ha innovado en la oferta de espectáculos a través del tiempo?
5. ¿En los últimos años se ha tomado en cuenta el análisis de la adaptación a un nuevo segmento de mercado?
6. ¿Se podría considerar el generar a los teatros como atractivos, así como lo se lo hacen en otras ciudades ya sea el caso de New York (Broadway) y Viena (Volkstheater)?
7. ¿Cuál es su perspectiva a la hora de tener la oportunidad de reactivar en Teatro Atahualpa del Centro Histórico de Quito?
8. ¿Consideraría que sería un atractivo potencial para el sector?
9. ¿Cree usted que pueda generar rentabilidad?

b) Entrevista 2 - Diana Araujo, Coordinadora de Gestión Técnica Institucional y Asesora Técnica de la Dirección Ejecutiva del IMP.
(17 de diciembre 2018)

Cuestionario:

1. ¿Qué características se deben tomar en cuenta a la hora de determinar a un bien como patrimonio?

2. ¿Cada cuánto tiempo se realiza un inventario de los bienes patrimoniales en el sector del Centro Histórico de Quito?
3. ¿Cuáles son los motivos principales que se toman en cuenta para gestionar la recuperación de un espacio, en este caso de un bien inmueble?
4. ¿Cuáles son los recursos que usan para la recuperación y conservación de los bienes patrimoniales del Centro Histórico de Quito?
5. ¿Trabajan en conjunto con otras instituciones para la recuperación y conservación de estos espacios?
6. Existen bienes inmuebles abandonados en el sector del Centro Histórico, tal es el caso de algunos teatros o cines, ¿Se encuentran estos en la lista de inventarios de la IMP? , además, ¿se podrían considerar como bienes patrimoniales?
7. ¿Se tiene pensado gestionar algún proyecto para estos bienes inmuebles abandonados?
8. ¿Cuál es su perspectiva a la hora de tener la oportunidad de reactivar el Teatro Atahualpa?

Anexo 6. Presupuesto estimado para el producto de la propuesta

Presupuesto por Estrategia.

Objetivos	Cantidad	Tiempo	Valor Unitario	Costo
Estrategia 1. Impulsar la inversión para reactivación del Teatro Atahualpa en el Centro Histórico de Quito.				
1.1. Identificar políticas y normativas alineados a las disposiciones legales para la reactivación del Teatro Atahualpa en los dos primeros meses de planificación.	2	meses	386,00	772,00
1.2. Desarrollo de un plan financiero detallando costos de su reapertura para el primer año de ejecución.	2	meses	393,17	786,34
1.3. Obtener el 75% del capital para la renovación del Teatro Atahualpa en el primer año de planificación.	6	meses	25,00	150,00
1.4. Mantener un control sistemático del modelo financiero trimestralmente.	4	meses	393,17	1.572,68
1.5. Implementar una estructura organizacional al Teatro Atahualpa para el año 2021.	4	meses	75,00	300,00
Estrategia 2. Generar productos creativos culturales y turísticos.				
2.1. Establecer un plan de gestión del producto para el Teatro Atahualpa para el primer año de funcionamiento.				
2.2. Generar eventos diferentes de la temática trimestralmente en el Teatro Atahualpa para el primer año de funcionamiento.				
Gafas de realidad virtual	35	kit	34,95	1.223,25
Ingeniero de Sonido	12	meses	404,93	4.859,16
Iluminador	12	meses	400,00	4.800,00
Escenógrafo de teatro y cine	12	meses	400,00	4.800,00
Luminotécnico	12	meses	400,00	4.800,00
2.3. Implementación de un modelo de calidad para el primer año 2021.	4	meses	148,00	592,00
Estrategia 3. Desarrollar un plan de promoción y difusión del producto ofertado del Teatro Atahualpa.				
3.1. Registro de marca para finales del año 2021.	3	meses	200,00	200,00
3.3. Monitoreo semanal de marketing online aplicado por el Teatro Atahualpa.	12	meses	400,00	4.800,00
3.2. Posicionamiento del Teatro Atahualpa en el top of mind del segmento meta como un atractivo, de acuerdo, a TripAdvisor.	12	meses	400,00	4.800,00
Total General				34.455,43

