

De vuelta al centro. Estudio geoespacial para la reactivación económica postpandemia de los locales comerciales en el centro histórico de Quito

DOI: 10.20868/ciur.2022.142.4891

Diego Vinicio Salgado Poveda

Arquitecto por la Pontificia Universidad Católica de Quito. Máster en urbanismo por la Universidad Politécnica de Catalunya. Posgraduado en paisajismo. Estudiante del programa de Doctorado en Política Pública, Flacso-Ecuador.

diego.salgado@quito.gob.ec

PALABRAS CLAVE:

Geoprocesamiento / Reactivación económica / Centro Histórico / Pandemia / Quito

RESUMEN:

De vuelta al centro es un proyecto para identificar, medir y representar la actividad económica en el Centro Histórico de Quito (CHQ) en un escenario postpandemia y diagramar estrategias para la reactivación económica desde las potencialidades y características propias del territorio.

El objetivo de este estudio fue identificar el estado actual del CHQ en conjunto con los actores locales en territorio, sistematizando y representando gráficamente la tipología y concentración de actividad existente para finalmente generar lineamientos para el fortalecimiento económico desde lógicas territoriales existentes.

El estudio tuvo como hipótesis demostrar la mutación del comercio físico a plataformas digitales e indagar sobre la pérdida de empleo en los locales comerciales del CHQ ocasionado por pandemia del Covid-19 y las políticas públicas de confinamiento. Analizamos el impacto económico que produjo la crisis sanitaria, en más 500 locales comerciales ubicados en el área colindante a la Plaza de San Francisco en el Centro Histórico de Quito a través de un conjunto de encuestas y entrevistas presenciales que fueron cruzadas con data y estadística del Ayuntamiento de Quito

Encontramos un 20% de locales impactados directamente por la crisis económica detonada por el Covid-19 que tuvieron que cerrar su negocio. De los locales comerciales que han podido sobrevivir a la crisis encontramos un 54% de locales que han reducido su personal, 58% de locales con reducción horaria y 73% de reducción de clientela. La pandemia produjo una pérdida generalizada de entre 1 a 3 empleos por cada local comercial.

Además, evidenciamos una mutación hacia la comercialización digital. El 70% de los locales incursionó con presencia en redes sociales y el 60% comercializa ahora a través de estas. En tiempo de confinamiento los canales de venta online representaron hasta el 80% del total de ventas convirtiéndose hasta ahora en un medio frecuentemente utilizado para promoción y venta.

En territorio encontramos 49 actores culturales activos que a pesar de la crisis sanitaria continuaron realizando actividades culturales como recorridos o visitas teatralizadas a conventos e iglesias de la ciudad. En los recorridos culturales hallamos una interesante actividad económica dinamizadora de su entorno local, generadora de caminabilidad, que incrementa la percepción de seguridad y potencia el relacionamiento entre habitantes y visitantes vinculando al turista con el residente local. Hallamos un valioso patrimonio intangible compuesto por el imaginario colectivo, artesanos, oficios, leyendas y tradiciones que trascienden el patrimonio arquitectónico construido. Hallamos un CHQ vivo en la gente que lo habita y conforma este territorio.

Con relación a la inauguración de la primera línea de metro de la ciudad de Quito que tendrá una de las estaciones en el casco colonial, junto a la Plaza de San Francisco, hallamos un proceso de gentrificación e incremento de alquileres. Este proceso de especulación ha complejizado la permanencia de negocios tradicionales y oficios en el sector, debido a la adquisición de bienes patrimoniales por empresas con grandes capitales. La gentrificación de negocios tradicionales y habitantes en el casco colonial dificulta la habitabilidad y restringe la actividad en el espacio público a partir de las seis de la tarde, momento en el que empiezan a cerrarse los locales comerciales e inicia el vaciamiento diario del CHQ.

Por otra parte, con el geoprocesamiento de encuestas y el cruce de variables encontramos que existe una relación directa entre las zonas con mayor índice de actos delictivos y los locales comerciales cerrados. Es decir, la relación demuestra un deterioro social que repercute directamente en la economía local del CHQ.

De la misma forma, hallamos una relación directa entre la aglomeración de comercio informal y el índice promedio de ventas diario con los sectores en donde se acumulan estaciones de líneas de buses. Es este cruce de variables se concluyen dos temas; primero, el sistema de BTR de la ciudad no incide favorablemente en el índice de ventas diario de los locales comerciales y el segundo es que en las zonas de mayor flujo peatonal se concentran las paradas e intercambiadores de buses urbanos. Siendo este, el medio por excelencia de movilidad en la ciudad.

Finalmente, hallamos relaciones sociales intrínsecas entre los pobladores locales que denota confidencialidad y un urbanismo de cotidianidad. Hallamos una tendencia marcada en la mutación hacia el comercio digital del núcleo histórico que a su vez es el clúster comercial más importante de Quito y encontramos en la ocupación del espacio público una tendencia a la circulación sin permanencia acompañado de un proceso de gentrificación y aumento de costo de alquiler en el área circundante a la nueva estación de metro a inaugurarse en 2022.

1 IDENTIFICAR: SITUACIÓN EN PANDEMIA DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO

De Vuelta al Centro ha sido conceptualizado como un sueño. Este proyecto es un esfuerzo por imaginar el Centro Histórico que merece la capital del Ecuador y que por sus innumerables valores artísticos, patrimoniales y culturales fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1978 por la UNESCO. Este proyecto es un imaginario acordado entre actores locales, planificadores, artistas, diseñadores, artesanos, empresarios, comunidades religiosas y demás interesados que habitan o tienen un sentimiento de apego con el Centro Histórico de Quito (CHQ) y sueñan en convertirlo en un lugar digno de vivir y visitar. Tres ejes aterrizan el proyecto desde el sueño acordado hasta convertirlo en realidad. El primero el identificar, buscar comercios, actores, y lugares locales que se encuentren activos y que han soportado la crisis económica y sanitaria manteniendo su presencia física en territorio. El segundo es potenciar, en donde se busca incrementar los atributos y pertinencia de cada uno de ellos. Y finalmente conectar, buscando articular negocios con actores e iniciativas locales para revitalizar social y económicamente las dinámicas existencias potenciando y visibilizándolas. (Figura 1)



Figura 1. Plaza de San Francisco del Centro Histórico de Quito.

Fuente: Colectivo PDG.

1.1 Identificación de línea base normativa

El centro histórico de Quito (CHQ) ha pasado por un sin número de procesos de planificación, desde el plan de Jones Odriozola¹ en 1941 (Jones & Sobral, 1945) hasta

¹ Urbanista uruguayo encargado del desarrollo del plan de ensanche de la ciudad de Quito en el año de 1941. Entregado a la ciudad en 1945 bajo en nombre de: Memoria descriptiva del Plan regulador de Quito 1945 para la ciudad de Quito.

el plan parcial del Centro Histórico en 2019. En cada uno de estos planes se han desarrollado valores y estrategias para el desarrollo territorial las cuales han respondido a necesidades coyunturales y su contexto histórico.

En cuanto a los documentos más recientes que han estudiado el Centro Histórico en plan parcial desarrollado por el Instituto Metropolitano de Patrimonio (IMP) en 2019 para el desarrollo integral del CHQ (Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2019), es una propuesta estratégica para la socialización de propuestas y la concreción de corredores urbanos.

Situación económica

Quito: Investment Volumes in US\$ Millions, 1996–2007

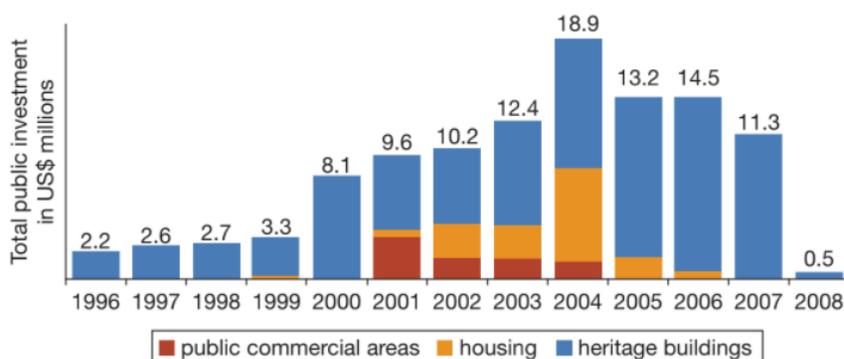


Figura 2. Volumen de inversiones en millones de dólares en el CHQ.

Fuente: Licciardi & Amirta Hmasebi *The Economics of Uniqueness* (2012). Washington D.C.: The World Bank.

Acorde con el informe *The Economics of Uniqueness: Investing in Historic City Cores and Cultural Heritage Assets for Sustainable Development* (Licciardi & Amirta Hmasebi, 2012), entre los años 2000 y 2004 la inversión pública en el CHQ se incrementa progresivamente. En el año 2004 la inversión llegó a 18.9 millones de dólares entre el incentivo de áreas públicas, programas de vivienda, y protección al patrimonio arquitectónico (Figura 2). Una de las causas de este incremento fue la fuerte inversión desde el Fondo de Salvamento del Patrimonio Cultural (FONSAL) en el mantenimiento y cuidado de bienes inmueble catalogados como patrimoniales.

Desde el 2008 en adelante durante la alcaldía de Augusto Barrera, Mauricio Rodas y Jorge Yunda la inversión en el CHQ ha sido prácticamente inexistente. En la alcaldía de Augusto Barrera se desmantela completamente el FONSAL y la inversión se dirige a proyectos de infraestructura como la Avenida de conexión de la ciudad al aeropuerto denominado "ruta viva" o la construcción del nuevo aeropuerto de Quito.

Durante el mismo año, no solo la inversión prácticamente desaparece en el CHQ sino que los problemas estructurales del CHQ se acrecientan. El vaciamiento del CHQ se acelera y la afluencia de turistas se estanca.

Situación de digitalización

En cuanto a la situación digital actual en el CHQ encontramos una cobertura parcial, son servicios de datos celulares. El programa QuitoTeConecta, que emprendió el municipio en el 2014 pretendía hacer de la capital una ciudad inteligente. El programa empezó con 100 puntos de acceso y en el 2016 contaba con 320. Para el 2020 según la página Quito Informa del Municipio de Quito, se contaba con 703 puntos wifi distribuidos de la siguiente manera: 425 en lugares públicos, 138 en unidades educativas y 140 en dependencias municipales. Si bien la apertura y operación de estos puntos wifi es parte del proceso de transformación digital de sus servicios, que incluye la optimización de sus trámites administrativos, la automatización de sus procesos y principalmente el establecer contacto directo con los ciudadanos. La calidad del servicio y la disponibilidad de las redes de wifi gratuito aún es limitada.

Situación de accesibilidad

Con relación al acceso hacia CHQ encontramos dos medios de transporte frecuentemente utilizados para llegar al territorio. El primero se conforma por las líneas de buses convencionales en las que se desplazan más del 60% de la población del Distrito Metropolitano de Quito (DMQ). Existen dos grandes puertas de acceso al CHQ, la primera es la estación intermodal de la Marín que concentran tres líneas de Buses de Tránsito Rápido por carril exclusivo (BRT) y buses alimentadores que aglomeran más de 50 líneas de buses convencionales. Este gran foco de transporte produce un alto flujo peatonal desde la estación de la Marín hasta la Plaza Mayor de la ciudad, la Plaza de la Independencia; Sede del Poder Ejecutivo y Municipal. El segundo nodo de acceso con transporte colectivo es la estación del Tejar, por este nodo atraviesan líneas de buses convencionales que unen sectores del centro, norte y sur de la ciudad. Con afluencia de más de 40 líneas de buses convencionales, es la segunda gran puerta de acceso con transporte colectivo. El segundo medio cotidiano de acceso es el transporte vehicular privado; a día de hoy se contabilizan 18 estacionamientos existentes en el área del CHQ.

Situación futura: Metro de Quito

Según datos de Metro Madrid para el estudio de factibilidad de la línea 1 del Metro del DMQ, en la ciudad de Quito en un día laborable normal se realizan 4.271.565 viajes, de los cuales el 84.4% (3. 603.609 viajes) representan viajes mecanizados. Este porcentaje se puede dividir en un 73% viajes públicos y 27% viajes privados. Por lo tanto, la apuesta de la ciudad fue la construcción del metro de Quito (Metro de Madrid, 2012). El sistema soterrado planea su inauguración a finales del año 2022 con el apoyo de la alcaldía de Santiago Guarderás y el apalancamiento de un gestor internacional encargado de la operación del sistema.

Por otra parte, la Secretaría de Territorio Hábitat y vivienda (STHV) desarrolló en el año 2022 una ordenanza de ocupación temporal del espacio público permitiendo la utilización con terrazas por parte de los frentistas de locales comerciales en el espacio público del CHQ. La regularización de esta actividad incidió directamente en el

aumento de turistas repercutiendo favorablemente el giro de negocio dedicado a la restauración.

1.1 Identificación de actores locales

Entre el mes de junio y agosto de 2021 se realizó un proceso en territorio de identificación de organizaciones públicas como privadas que actualmente tengan una presencia en el CHQ y realicen actividades culturales o institucionales.

El proceso fue llevado de la mano con un gestor cultural local y un colectivo con experiencia en metodologías participativas, respectivamente; colectivo Quito Eterno y Pata de Gallo (PDG). En el proceso se identificaron 15 organizaciones, instituciones locales que mantenían presencia física y realizaban su actividad dentro del CHQ. Igualmente se identificó a 28 organizaciones culturales entre centros culturales y centros comunitarios que realizaban alguna actividad cultural, artística o de taller en el CHQ. Y finalmente a 8 líderes barriales entre actores locales y organizaciones barriales.

Actores en territorio y actividad cultural

¿Por qué identificar los colectivos locales del CHQ, que continuaron operando durante la pandemia? Buscamos identificar las actividades y grupos sociales que a pesar de la pandemia y la crisis económica mantuvieron su actividad y evolucionaron o mutaron a nuevas formas de actividad sea digital o virtual. Identificar lo existente permitía conocer el estado en el que estaba cada organización, buscar las potencialidades y los puntos débiles para potenciar sus atributos y trabajar en sus deficiencias.

En la Figura 3, se identifica en color naranja las organizaciones culturales e instituciones con mayor repercusión y en azul la actividad que realizan. Dentro de las actividades que se pueden realizar encontramos: recorridos teatralizados guiados, intervenciones artísticas, mediación comunitaria, talleres, formación educativa, hospedaje, producción artística o actividad de restauración. Las organizaciones más representativas fueron; Colectivo mi loma grande, Sereno Moreno, La colmena Chaquiñan-UIO, La casa del Alabado y casa Victoria. Coincidentemente, organizaciones que mayor número de actividades realizan y mayor diversidad de actividad cultural presentan.

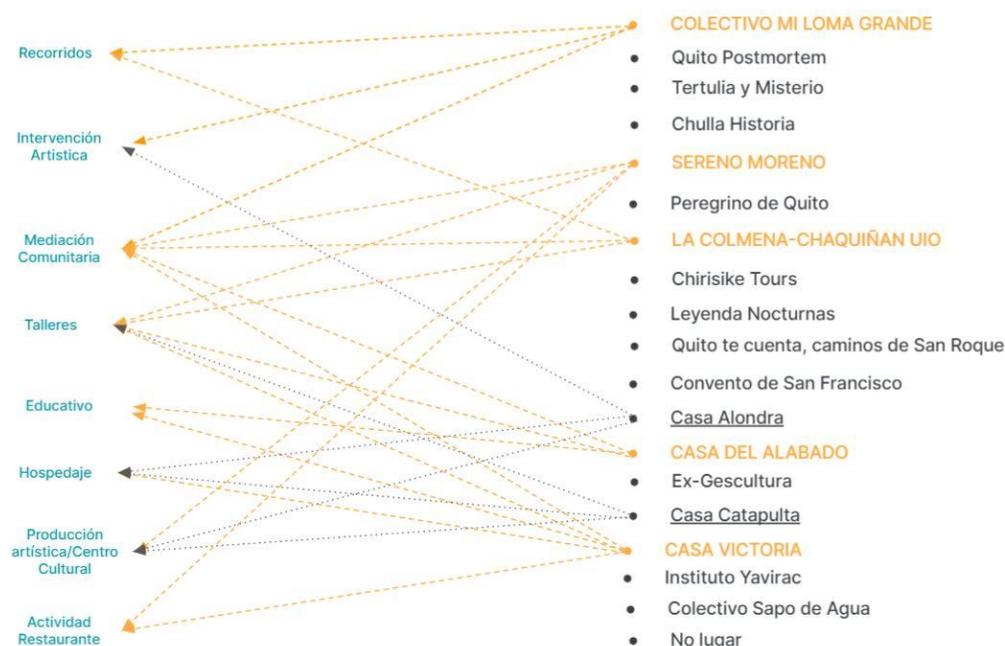


Figura 3. Mapa de actores culturales determinantes y actividades.

Fuente: Elaboración propia a partir de levantamiento de información en sitio.

En la Figura 4, se muestra la correlación entre la incidencia de los organismos entrevistados y la repercusión económica directa que generan sobre su territorio. Existen museos, fundaciones, organismos barriales que generan un alto impacto económico directo sobre su territorio. Por ejemplo; la iglesia de la Compañía de Jesús, presenta un alto nivel de repercusión económica y un alto nivel de periodicidad de actividades en territorio. En el otro extremo de la matriz, está el comité pro-mejoras La Ronda el cual tiene una repercusión económica baja y también tiene pocas actividades.

Encontramos una relación directa entre el trabajo persistente de organizaciones culturales y la generación de redes, tejido social y comunidad. En ciertos casos, el impacto de las organizaciones culturales se amplifica más allá su área de intervención influenciando positivamente en su entorno y generando externalidades positivas para los territorios aledaños. En definitiva, hallamos una correlación directa entre la repercusión económica que generan las organizaciones culturales y la diversidad-frecuencia de su oferta cultural.

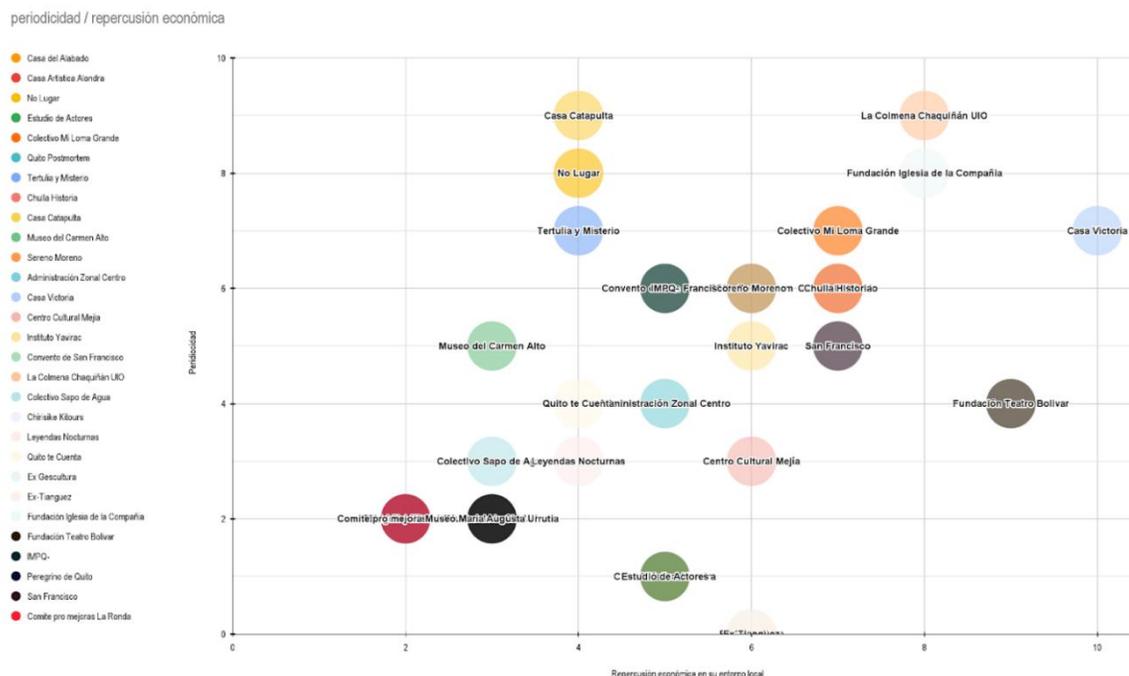


Figura 4. Mapa de correlación entre periodicidad y repercusión económica de actores locales identificados.

Fuente: Elaboración propia a partir de levantamiento de información en sitio.

1.2 Conclusión identificación

Del análisis de las relaciones existentes entre los actores locales podemos concluir lo siguiente:

- a) Existe una correlación intrínseca entre colectivos del CHQ, mientras más alto es el índice de cumplimiento de objetivos más dispuestos están a apoyar e incluso liderar iniciativas. A mayor índice de cumplimiento de objetivos mayor probabilidad de asociación entre instituciones de diversos ámbitos para aumentar su impacto en el entorno
- b) Existe una correlación positiva entre la periodicidad de la actividad que realizan las instituciones sociales y su repercusión económica; a mayor cantidad de actividades realizadas y mayor frecuencia, mayor repercusión económica. El trabajo social y cultural constante de estas organizaciones genera redes y comunidad que se traduce en la generación de externalidades positivas para residentes y vecinos del territorio.
- c) Concluimos que, a mayor confianza los gestores territoriales locales generen en sus comunidades mayor será su pertinencia. Actividades y trabajo continuo crean vínculos potenciando la confianza y pertinencia de los actores en sus comunidades.

1 POTENCIAR: ENCUESTAS Y MAPEOS

1.1 Encuestas

Entre el martes 22 de junio y miércoles 30 de junio de 2021 se realizó con ayuda de tres pasantes de la Universidad San Francisco el levantamiento de encuesta en el sector del área de estudio del CHQ. Previamente se había identificado en el mismo polígono de estudio la existencia de 500 locales comerciales, de los cuales, 100 se encontraban cerrados. Esta encuesta fue un esfuerzo por recopilar información de línea base; la identificación de indicadores que permitan construir el primer estudio del impacto de la pandemia Covid-19 en los locales comerciales del CHQ.

Nivel de actividad

En base a las encuestas realizadas en las calles aledañas a la Plaza de San Francisco en el CHQ, se obtuvieron 405 respuestas. Se respondieron las siguientes preguntas: ¿Qué días a la semana trabaja?, ¿Cuál es su horario de actividad?, ¿Cuál es su promedio diario de ventas?, ¿Cuáles son sus gastos fijos mensuales?

Tras realizar la encuesta se pudo concluir que el nivel de actividad de los negocios del CHQ empieza en la mañana. La mayoría abre entre las 8:00 y 9:00 de la mañana y cierran en un rango entre las 18:00 de la tarde y las 19:00 de la noche. La mayoría de los negocios abren de lunes a sábado de forma continua. Su promedio de ventas con mayor frecuencia va desde los \$20 a \$150 diariamente y sus gastos fijos mensuales en su mayoría son entre los \$200 a \$600 (Figura 8).

Reducción de clientela por pandemia

En este segmento se respondieron a preguntas que corresponden a la realidad antes de la pandemia de los negocios. Las preguntas fueron: ¿Cuántos clientes al día aproximadamente tenía antes de la pandemia?, ¿Ha reducido personal a causa de la pandemia?, ¿En qué porcentaje ha disminuido su clientela?, ¿Cuántos empleados trabajaban antes de la pandemia?, ¿Ha disminuido las horas o días laborales?

Los datos recopilados muestran que el 54.4% de los negocios encuestados han reducido personal a causa de la pandemia y tienen una percepción negativa a la hora de evaluar el número de personas que llegan a su negocio tras la pandemia (Figura 9). También, muchos negocios creen que la frecuencia de las personas en las calles se ha reducido un 75% y por tanto consideran que ha existido una disminución de la afluencia de su clientela.

Disminución de empleados por Pandemia

En este segmento se respondieron a preguntas que corresponden a la realidad después de la pandemia. Las preguntas fueron: ¿Cuántos empleados trabajan actualmente?, ¿De qué procedencia (nacionalidad) son los empleados que tiene en su organización?, ¿Cuántas horas de trabajo al día ha disminuido?, ¿Cuántos días laborales ha disminuido?, ¿Además de la pandemia ha existido otro factor para la disminución de horas de trabajo?

Dado los datos hallados, se determinó un estado crítico de la situación actual de los negocios en el CHQ. Casi la mitad de los locales, que representa un 48% ha reducido su personal a causa de la pandemia o se han quedado solo con 1 empleado a cargo del negocio (Figura 11). Por otro lado, el 55% de los locales creen que la pandemia ha sido el factor principal que causa una menor afluencia de personas, ya que, piensan que sus clientes frecuentes tienen una perspectiva de inseguridad en la zona y control nulo de la pandemia. En base a esto, también se puede concluir que el 42.4% de los negocios dicen tener una percepción propia de inseguridad, debido, a que las personas en situación de indigencia se acercan a los negocios en busca de caridad.

Digitalización

En este segmento se respondieron a preguntas correspondiente al nivel de digitalización de los negocios. Las preguntas fueron; ¿Usa redes sociales o páginas web para apoyar su establecimiento?, ¿Qué redes o páginas web usa para apoyar a su establecimiento?, ¿Qué medio de pago utiliza con más frecuencia en su comercio?, ¿Desde cuándo hacen uso de estos medios?, ¿Cómo utilizan la red social o página web?, ¿Qué porcentaje de ventas provienen de la venta digital?

Con los datos obtenidos en primer lugar se puede concluir que la mayoría de los negocios tiene presencia en el CHQ por más de quince años, se tratan de negocios especializados, artesanos y oficios (Figura 7). Pocos de estos negocios aceptan transferencias por la falta de familiarización con medios digitales y las altas comisiones que cobran los bancos.

Sin embargo, encontramos una tendencia hacia la incorporación de medios de pagos digitales. El 46% de los negocios del CHQ dieron apertura a medios digitales a partir de la pandemia y 41.7% ya los tenían incluso antes. Además, hallamos un abierto interés del 54,2% de los encuestados en incorporar medios digitales para pago y promoción (Figura 8).

1.2 Conclusión de las encuestas

Para los negocios del CHQ existen preocupaciones principales y recurrentes sin importar la actividad económica, la ubicación y otras variables socioeconómicas. Es importante que la ciudad, aunque sobre todo las autoridades, entiendan quienes realmente conforman, gestionan y habitan el CHQ. Existe la voluntad de colaborar para que el CHQ supere sus problemas sociales, culturales y económicos a través de caracterizar mejor las diferentes realidades de los que hacen del CHQ un territorio de patrimonio inmaterial. Los indicadores como nivel de ventas, formalidad, digitalización y otras muchas variables descritas anteriormente son vitales para generar vínculos, propuestas y soluciones fundamentadas en el entendimiento de la situación del CHQ y así aumentar las posibilidades de éxito de un proyecto de reactivación económica. De la experiencia de las encuestas realizadas hallamos comentarios relevantes descritos a continuación:

- 1) La inseguridad como uno de los mayores y más recurrentes problemas para todos los negocios, se necesita control policial y mejor cumplimiento de la ley.

- 2) Descontento por falta de participación, poco entendimiento e interés de su realidad económica por parte de las autoridades.
- 3) Reducción de restricciones al comercio como el vallado de plazas y calles, implementación de mejor infraestructura logística como parqueos o paradas de bus.
- 4) Necesidad de mayor cantidad de actividades culturales que permitan crear convivencia en el espacio público y aumentar el flujo de personas.
- 5) Apoyo económico a través de incentivos como créditos más accesibles y en condiciones más favorables junto con más facilidades en los trámites.

Adicionalmente se consultó la precepción sobre el Slogan "De vuelta al Centro", a lo que la gente respondió con asertividad sobre una reactivación que le devuelva la vida económica, cultural y turística al CHQ. Una vuelta a una realidad parecida a la de antes de la crisis y la pandemia, y confianza para regresar tanto al comercio, el turismo o la vida cotidiana.

2 SISTEMATIZAR: CORRELACIONES Y DESCUBRIMIENTOS

2.1 Mapas de calor

Con la validación y verificación de los datos obtenidos en el levantamiento de las entrevistas y una vez que se ha realizado una limpieza de datos se ha elaborado una tabla de atributos por cada una de las variables identificadas para luego realizar dos tipos de representación.

El primer conjunto de planos que hemos obtenido representa los resultados directos de los valores de las encuestas. Es decir, datos de horarios de apertura-cierre, afectación por la pandemia, rango de edades, tipo de arriendo al alquiler de local, índice de ventas, porcentaje de digitalización, entre otros.

El segundo conjunto, es un grupo de planos que muestra las correlaciones entre las variables que hemos construido entre las variables identificadas en esta etapa de diagnóstico. Es decir, mezclamos datos de inseguridad con el número de locales cerrados, o aglomeraciones de comercio informal con rutas de transporte colectivo o índice de ventas con flujos de personas y movilidad para encontrar las relaciones directas o indirectas entre las variables identificadas (Figura 12).

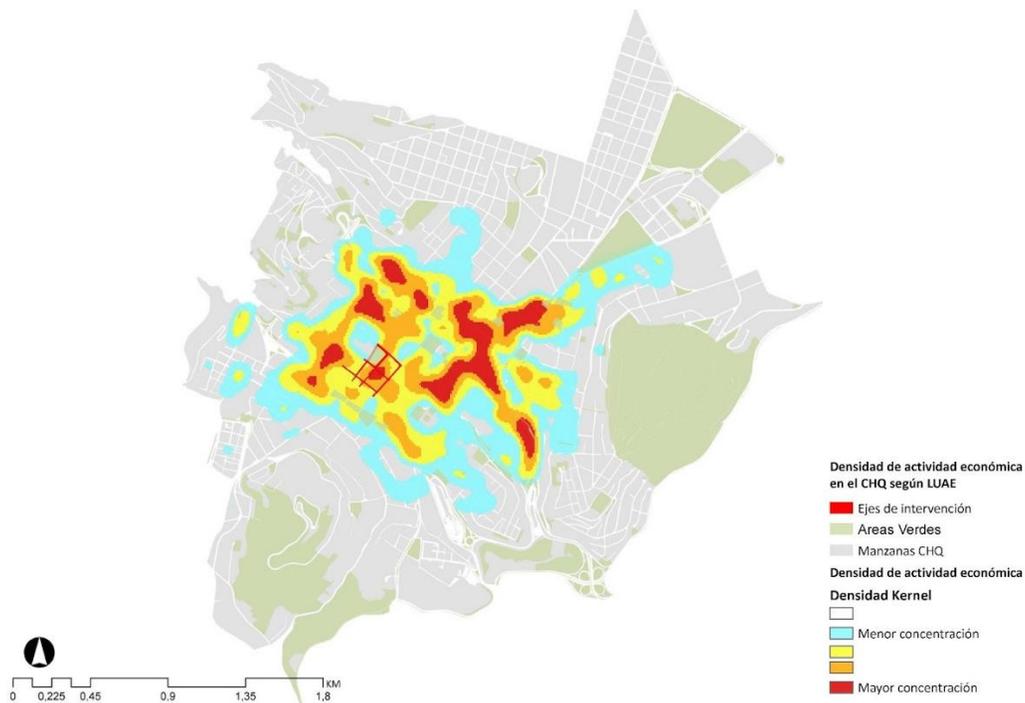


Figura 5. Mapa de calor de zonas de aglomeración de comercios en la zona del CHQ.
Fuente: Elaboración propia a partir de levantamiento de encuestas

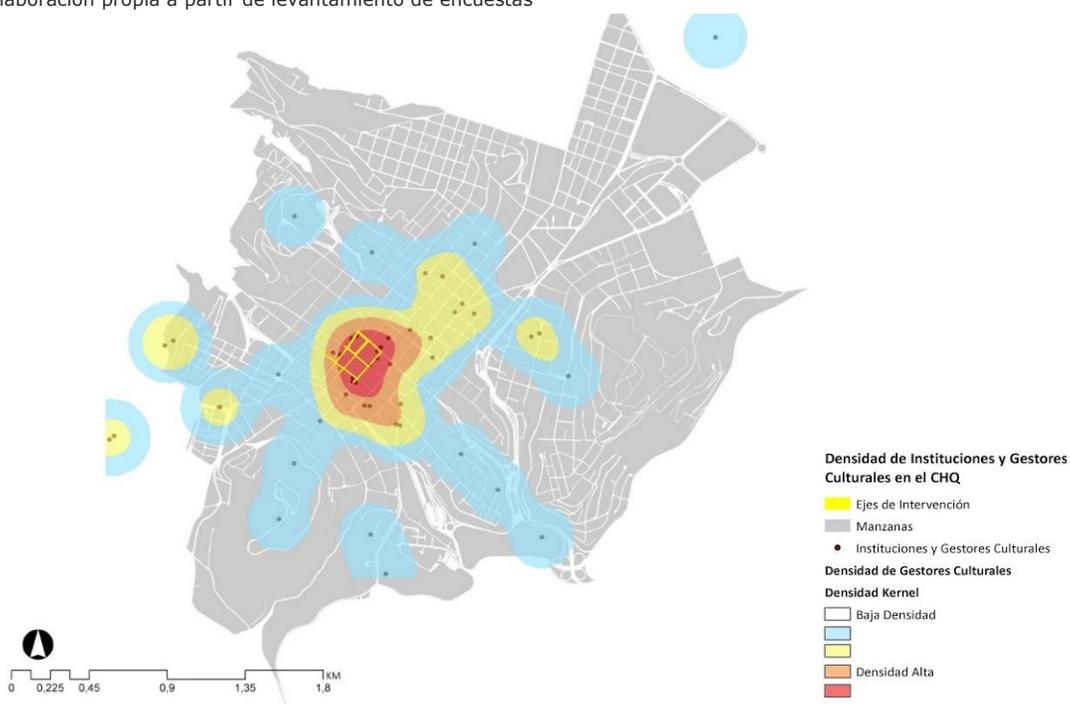


Figura 6. Mapa de calor de concentración de organizaciones culturales en el área del CHQ donde se aglomeran los actores culturales que realizan actividades e iniciativas en el escenario post-pandemia.
Fuente: Elaboración propia a partir de levantamiento de encuestas.

2.2 Geoprocesamiento

Encontramos una población con nivel de educación secundaria, compuesta principalmente por ecuatorianos en un rango de edad entre 27 a 59 años. Los locales comerciales principalmente son arrendados y tienen un rango de tiempo de funcionamiento de más de 5 años, muchos de ellos siendo locales tradicionales de más de 15 años de funcionamiento en el CHQ (Figura 7). Entrevistamos principalmente a propietarios del local con un 70% de recepción de la encuesta. Más de la mitad de los locales encuestados corresponden a negocios de tipo especializado, y un 12% a negocios de tipo barrial.

Los locales entrevistados abren en su mayoría de lunes a sábados y varios de ellos de lunes a domingo. Los horarios de apertura rondan las 8:00 am y cierre a las 18:00 pm. El nivel de ventas encontradas en los negocios de mediana y baja escala no supera los 150 dólares, mientras que los de escala distrital supera los 500 dólares. En relación con el nivel de ventas promedio diario. Las calles Rocafuerte, García Moreno, Benalcázar son las que mayor número de ventas presenta diariamente.

En cuanto a los efectos de la pandemia; la mayoría de los locales encuestados ha reducido su personal entre 1 a 3 personas, empleos que no se han podido recuperar. La mayoría de los locales ha reducido su clientela entre 50 a 70% (Figura 10). Los negocios no han reducido sus días de atención, sin embargo, en un 75% se ha reducido las horas de su jornada laboral. La pandemia ha agudizado la percepción de inseguridad lo que ha incidido directamente en la reducción del flujo de personas y por lo tanto en el nivel de compradores y de ventas.

En relación con el nivel de digitalización más de un 70% de los locales comerciales encuestados tiene presencia en redes digitales. De este porcentaje la mitad utiliza los medios digitales para promocionarse. La adopción de medios digitales surgió en su mayoría a raíz de la pandemia, como estrategia adoptada por los negocios ante las medidas de restricción de movilidad. La capacitación gratuita en los negocios comerciales es una buena puerta de entrada para bajar las barreras de acceso. El 65% de los encuestados considera que estaría interesado en capacitación, siendo marketing, digitalización y atención al cliente los temas más recurrentes para la capacitación.

En cuanto a las correlaciones existentes de las variables con las que se construyó la metodología de encuestas, encontramos una importante correlación entre el nivel promedio de ventas, las líneas y estaciones de transporte colectivo. A mayor flujo de usuarios encontramos un mayor número de concentración en nivel de ventas promedio diario. Es decir, en las estaciones de buses que circulan por las calles Rocafuerte y Benalcázar se concentra el nivel promedio de ventas diario.

El comercio autónomo dentro del área de estudio se concentra en las mismas zonas de acumulación de ventas. Por lo tanto, es donde existe mayor nivel de concentración de transporte como la calle Rocafuerte. Junto a ellos, las intersecciones en calles peatonalizadas que tiene una afluencia entre nodos de transporte como la calle García Moreno-Sucre y García Moreno-Bolívar.

En relación entre el índice de actos delictivos y los locales cerrados encontramos una relación directa entre las zonas de mayor concentración índice delictivos, de robos y asaltos y la ubicación de los locales comerciales que los encontramos cerrados. En su mayoría la concentración de locales cerrados se aglutina en el extremo sur de la plaza de Santa Clara y en la cabecera occidente de la plaza de Santo Domingo. Junto a ello, el extremo noreste de la plaza de la independencia concentra altos índices delictivos por la concentración de turistas en la Plaza.

Finalmente, la correlación entre el índice promedio de ventas y los locales cerrados corresponde a las aglomeraciones de comercios que se encuentran abiertos y los lugares de mayor índice promedio mensual de ventas. Es coincidente la aglomeración de ventas en la calle Rocafuerte y Cuenca y en la calle Sucre junto a San Francisco con la ubicación de los locales comerciales abiertos. Por otra parte, los locales comerciales cerrados junto a Santo Domingo y la plaza de Sta. Clara es coincidente con el bajo o nulo nivel de venta promedio diario.

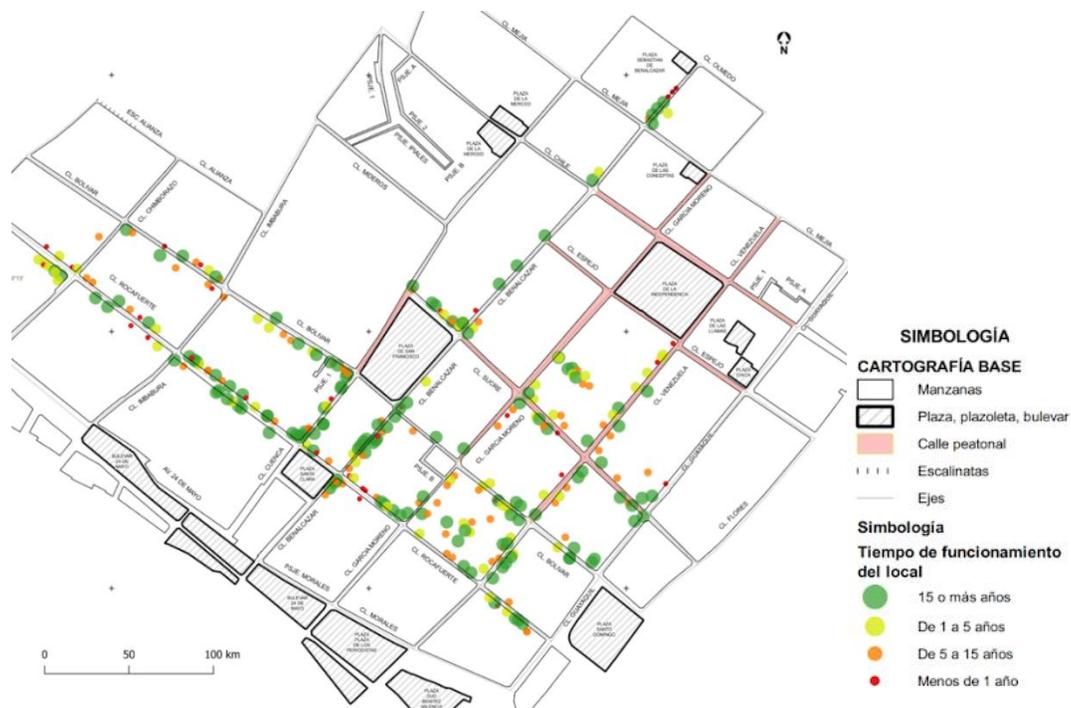


Figura 7. Tiempo de Funcionamiento del local del CHQ.
Fuente: Elaboración propia y colectivo PDG.



Figura 8. Digitalización de locales comerciales en el CHQ.

Fuente: Elaboración propia y colectivo PDG.

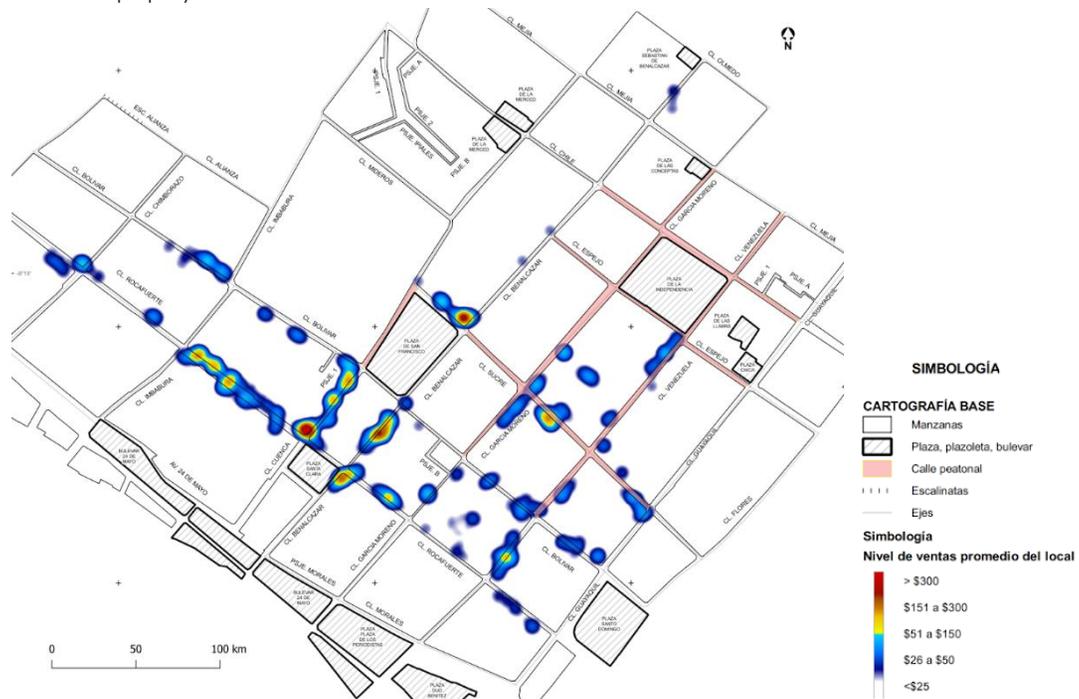


Figura 9. Promedio de ventas de los locales CHQ.

Fuente: Elaboración propia y colectivo PDG.

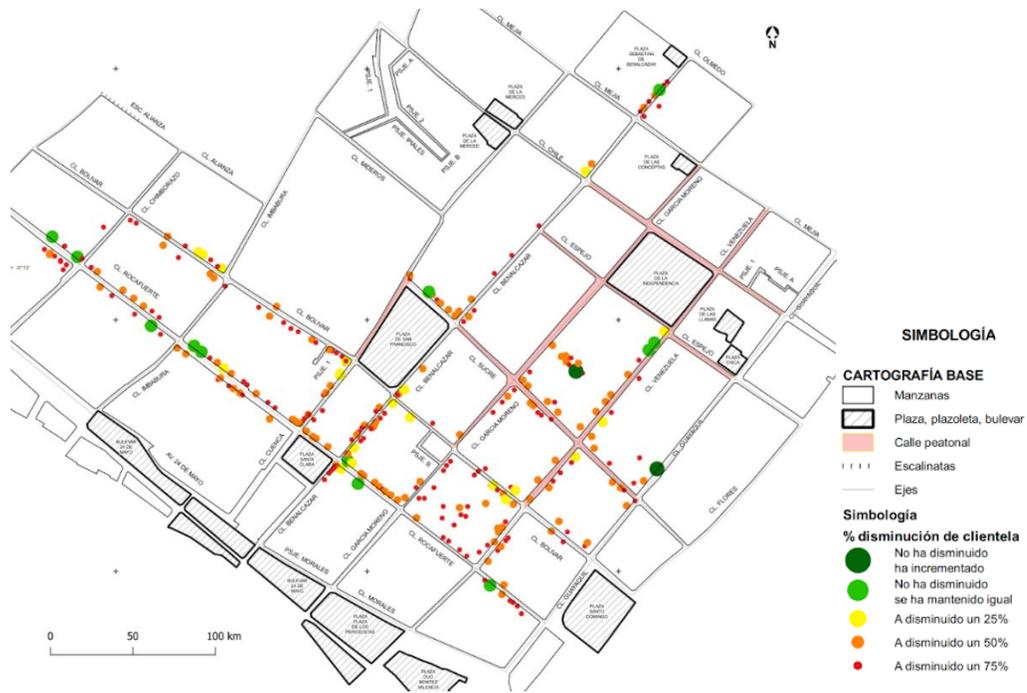


Figura 10. Porcentaje de disminución de clientela en el área de estudio CHQ.
Fuente: Elaboración propia y colectivo PDG.



Figura 11. Cantidad de empleos perdidos por pandemia en el CHQ.
Fuente: Elaboración propia y colectivo PDG.

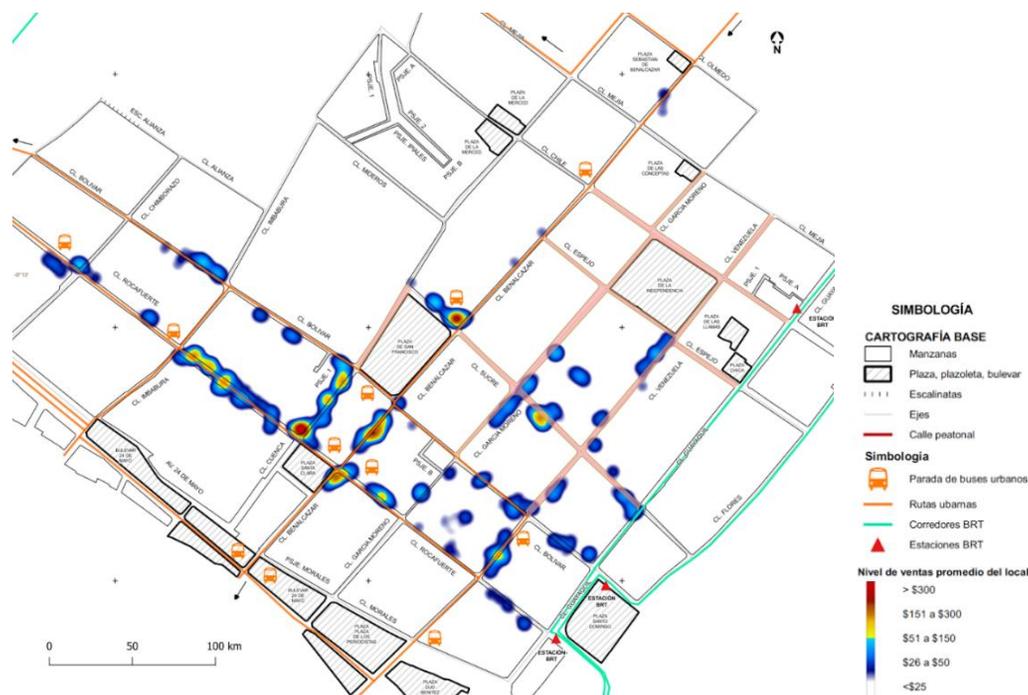


Figura 12. Correlación entre transporte colectivo y nivel de ventas promedio diario, en el área de estudio del CHQ.

Fuente: Elaboración propia y colectivo PDG.

4 CONCLUSIONES

Resultado del trabajo realizado, se presentan las siguientes conclusiones:

- El primer apartado de este trabajo referente a identificación encuentra una relación directa entre la agudización de la situación de abandono y falta de inversión en el CHQ. Desde el 2008, es evidente esta falta de inversión en el CHQ que se agudiza con la supresión de algunas entidades encargadas del cuidado y conservación del patrimonio cultural e inmaterial como el antiguo FONSAL.
- La pandemia de Covid-19 ha sido el detonante de los problemas estructurales que acarrea el CHQ desde 2008. En la situación actual es evidente la crisis y recesión económica acrecentada por la falta de afluencia de personas y clientes al CHQ, lo que ha ocasionado pérdida de empleos y la disminución de la jornada laboral de los locales comerciales.
- Con relación a la identificación de actores locales hallamos 49 actores entre instituciones, actores culturales y líderes barriales. Los actores locales pueden ser agrupados y categorizados por el tipo de actividad que realizan.
- Encontramos una relación directa entre la percepción de arraigo territorial con el índice de repercusión económica que actores generan en su entorno local. Así como en la confianza que los colectivos u organizaciones generan en su entorno local con el nivel de representatividad de sus comunidades locales.

- e) En general, de los 405 comerciales encuestados, encontramos una percepción generalizada de olvido por parte de las autoridades locales, una percepción de inseguridad acrecentada e incrementada por la pandemia y un clamor generalizado por apoyo para salir de la crisis y recesión económica a raíz de la pandemia de Covid-19.
- f) En sí, hallamos un valioso patrimonio intangible compuesto por el imaginario colectivo, artesanos, oficios, leyendas y tradiciones que trascienden el patrimonio arquitectónico o construido. Hallamos un CHQ vivo en la gente que vive y conforma este territorio, el corazón mismo de la ciudad, una muestra de la ciudad en sí misma con sus conflictos, problemas, inequidades, pero igualmente con sus valores, potencialidades y caracterizaciones que hacen que este territorio sea único e irrepetible.
- g) Hallamos una considerable actividad cultural con los recorridos culturales. Éstos se realizan en espacios públicos y aumentan el flujo de personas e incide directamente en la caminabilidad. Sin embargo, esta actividad ha sido directamente afectada por las medidas restrictivas de movilidad y la pérdida de turismo local y extranjero.
- h) Hallamos en la zona de estudio una población flotante con un nivel de educación secundaria y compuesta por adultos entre 27 a 59 años. De los negocios encuestados, encontramos un 70% de comercios especializados que ofrecen en la mayoría de las ocasiones mercadería que únicamente se puede encontrar en el CHQ. Hallamos también un 12% de comercios de tipo barrial que abastecen a los barrios colindantes y vivos del CHQ.
- i) La pandemia y las medidas de restricción han producido una pérdida generalizada de entre 1 a 3 empleos en cada local comercial. Empleos que a día de hoy no han podido recuperarse.
- j) El efecto de la pandemia también ha acelerado la mutación a la digitalización del comercio local. El 70% de los locales comerciales utiliza medios digitales para promocionarse, pero menos del 30% de los locales utiliza medios de pago digitales, siendo el efectivo el principal medio de pago.
- k) En el geoprocesamiento de las encuestas y al cruzar variables encontramos que existe una relación directa entre las zonas con mayor índice de actos delictivos y los locales comerciales cerrados. Es decir, la relación demuestra un deterioro social que repercute directamente en la economía local del CHQ.
- l) Por otra parte, hallamos una relación directa entre la aglomeración de comercio informal y el índice promedio de ventas diario con los sectores en donde se acumulan estaciones de transporte público. Es este cruce de variables se concluyen dos temas; primero, el sistema de BTR no incide favorablemente en el índice de ventas diario de los locales comerciales y el segundo es que las zonas de mayor flujo peatonal se concentran en las paradas e intercambiadores de buses urbanos.

4 BIBLIOGRAFÍA

- Carrión, F., & Cepeda, P. (2021) *Quito la ciudad que se disuelve-Covid 2019*. Quito: Flacso-Ecuador.
- Correa F., & Almeida, R. (Ed.) (2012). *A Line in the Andes: Una Línea en los Andes*. Cambridge: Harvard University Press.
- Instituto Metropolitano de Patrimonio, (2019) *Plan parcial para el desarrollo integral del centro histórico de Quito. Propuesta estratégica*.
- Jones, O., & Sobral, G. (1945) *Memoria descriptiva del Plan regulador de Quito 1945 para la ciudad de Quito*. Quito: Imprenta Municipal.
- Licciardi, G., & Amirta Hmasebi, R. (2012). *The Economics of Uniqueness: Investing in Historic City Cores and Cultural Heritage Assets for Sustainable Development. Urban Development*. Washington, D.C.: World Bank.
<https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/12286>
- Metro de Madrid (2012). *Memoria Metro de Madrid 2012*. Madrid: Metro de Madrid
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2015). *Plan Metropolitano de Ordenamiento Territorial 2015-2025 (PMDOT)*. Quito:DMQ.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (2003). *Centro histórico de Quito: plan especial plan especial 2003*. Quito: FLACSO-Andes.
- Secretaría de Movilidad del Distrito Metropolitano de Quito (2014). *Diagnóstico de la movilidad en el distrito metropolitano de Quito para el desarrollo territorial (PMOT)*