

380.14594  
VII



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS  
DEL MAR

LICENCIATURA EN TURISMO

“DESARROLLO DE UNA AGENDA CULTURAL PARA EL  
ENRIQUECIMIENTO DE LOS VALORES Y COSTUMBRES DE LOS  
HABITANTES DE GUAYAQUIL”

TESIS DE GRADO

Previa la obtención del Título de:

LICENCIADA EN TURISMO

Presentada por:

ÁMBAR PAOLA VILLAMAR TUMBACO

A.F. 135834



A.F. 135834

GUAYAQUIL – ECUADOR

2005

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, hermanos,  
amigos, compañeros de trabajo  
y a todas aquellas personas  
que hicieron posible que realizara  
mi proyecto de tesis y que contribuyeron  
de alguna forma para que concluyera  
con el mismo.

## DEDICATORIA

Este trabajo fruto de mi esfuerzo durante mis años de estudio, va dedicado a mis Padres y Hermanos que día a día me han acompañado y apoyado para que los realice, y siga en pie de lucha avanzando en mi vida profesional

# TRIBUNAL DE GRADO



**M.SC. CARLA RICAURTE**  
**Presidente del Tribunal**



**ARQ. PARSIVAL CASTRO**  
**Director de Tesis**



**LIC. SAMANTHA ORTIZ**  
**Miembro Principal**

## DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en estas tesis, corresponden exclusivamente a su autor, y el patrimonio intelectual de la Tesis de Grado corresponde a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”

*Ambar Paola Villamar*  
**Ambar Paola Villamar Tumbaco**

## RESUMEN

El desarrollo de la agenda está proyectado a recuperar los valores y costumbres de los habitantes de Guayaquil, para su enriquecimiento cultural; el mismo que siguiendo el desarrollo de los siguientes capítulos lograría sus objetivos:

En el capítulo 1 se detalla diferentes aspectos sobre la cultura, idiosincrasia e historia guayaquileña tomando en consideración los factores: a) Llegada de los españoles, aculturación e imposición de sus costumbres y acogida de estas por los habitantes de la ciudad; b) Cambios culturales ocurridos a través del tiempo hasta la actualidad; c) aspectos culturales de la sociedad; y d) las obras arquitectónicas de la ciudad.

En el capítulo 2 se describe los programas culturales establecidos por organismos tanto públicos como privados que están directamente ligados a la promoción cultural de la ciudad, realizando un análisis FODA de los mismos, para constatar que es viable la implementación de nuevos programas culturales. Este capítulo servirá como base para poder analizar los programas que actualmente se realizan en Guayaquil y como están funcionando actualmente.

En el capítulo 3 se presentará un estudio de mercado, el cual pretenderá investigar cuales son los requerimientos, necesidades y expectativas de los habitantes de la ciudad, referente al aspecto cultural y sobre las diferentes opciones de desarrollo que

se podrían proponer para fomentar la cultura. A partir de este análisis se tomarán diferentes estrategias que se pueden seguir para que el proyecto tenga éxito y cumplan los objetivos propuestos.

En el capítulo 4 se detallan las propuestas de implementación de la agenda cultural basada en la programación de los eventos culturales. Se propone el desarrollo de la agenda cultural, la misma que expone los eventos programados; luego del estudio del actual calendario de eventos o agenda, que se maneja a nivel nacional (país). Todo esto se realiza acompañado de la promoción directa de la agenda a través de su publicación en revistas, medios de prensa (Diarios y TV), campañas publicitarias.

En el capítulo 5, se proponen ejes de acción y alianzas estratégicas entre los organismos públicos y privados ligados a la promoción de eventos culturales, para que fusionen entre la programación de sus eventos y den a conocer mejores métodos de difusión de las agendas, de esta manera se podría obtener también un apoyo por parte de estos organismos que llevan un largo tiempo en la ejecución de programas de rescate cultural, para la promoción de la agenda propuesta.

Y para concluir en el capítulo 6, a través de un informe financiero se analizará la factibilidad del proyecto, así como los ingresos presupuestados, el costo por el lanzamiento de los eventos y un análisis de rentabilidad de acuerdo a las estrategias propuestas.

# ÍNDICE GENERAL

	Página
Resumen.....	6
Índice General.....	8
Índice de Ilustraciones.....	11
Índice de Anexos.....	14
Introducción.....	16
CAPÍTULO 1 ASPECTOS SOCIO-CULTURALES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A TRAVÉS DE LOS TIEMPOS.....	21
1.1 Aspectos históricos.....	22
1.2. Aspectos sobre la vida actual en la ciudad.....	28
1.3. Aspectos socioculturales.....	31
1.4. Incidencia del turismo en la cultura: aspectos positivos y negativos.....	33
1.5. Inventarios de sitios culturales: fichas informativas.....	35
CAPÍTULO 2: PROGRAMAS CULTURALES ESTABLECIDOS EN GUAYAQUIL.....	44
2.1 Programas Culturales.....	44
2.1.1 Dirigidos por Organismos Estatales: Museo Municipal, Banco Central, y La Casa de la Cultura Ecuatoriana.....	45
2.1.2 Dirigidos por Organismos Privados: Alianza Francesa y Varios Organismos.....	47
2.2 Análisis FODA de los programas culturales dirigidos por organismos Estatales y privados.....	48

	Página
CAPITULO 3: ESTUDIO DE MERCADO.....	54
3.1 Objetivos del estudio.....	54
3.2 Metodología del estudio.....	55
3.3 Análisis, conclusiones y recomendaciones del estudio de mercado.....	60
CAPÍTULO 4: PLAN DE DESARROLLO Y DISEÑO DE LA AGENDA CULTURAL.....	84
4.1 Propuesta de implementación de la nueva agenda cultural guayaquil 2006...	84
4.2 Planteamiento de objetivos de gestión.....	88
4.3 Aspectos legales para la constitución de una fundación, permisos de funcionamiento y realización de eventos.....	91
4.4 Elaboración de la nueva agenda.....	102
4.5 Estudio de la localización.....	107
4.6 Asignación de precios y taquilla por eventos.....	111
4.7 Campañas de difusión y promoción.....	116
CAPÍTULO 5: PROGRAMAS DE ACCIÓN E INTERRELACIÓN CON OTRAS ENTIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLOCULTURAL.....	122
5.1. Convenios, coordinación y difusión conjunta con otras entidades culturales	122
5.2. Programa de desarrollo de patrocinios, aportes y auspicios.....	125
CAPITULO 6: ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	128

	Página
6.1 Análisis de las inversiones y financiamiento.....	128
6.2 Presupuestos de ingresos y costos.....	133
6.3 Análisis de sensibilidad del proyecto.....	143
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	144
ANEXOS.....	146
BIBLIOGRAFÍA.....	206

## INDICE DE ILUSTRACIONES

	Página
1.1.1.1. Figura de Llegada de los españoles.....	22
1.1.1.2. Figura de Baile Montubio.....	27
1.1.5.3. Ficha de Información Barrio Las Peñas.....	35
1.1.5.4. Ficha de Información Malecón 2000.....	36
1.1.5.5. Ficha de Información Malecón del Estero Salado.....	36
1.1.5.6. Ficha de Información Plaza de Artes y Oficios.....	37
1.1.5.7. Ficha de Información Plaza de la Integración.....	37
1.1.5.8. Ficha de Información Monumento a Simón Bolívar.....	38
1.1.5.9. Ficha de Información Monumento a José Joaquín de Olmedo.....	38
1.1.5.10. Ficha de Información Hemiciclo de la Rotonda.....	38
1.1.5.11. Ficha de Información Monumento a Vicente Rocafuerte.....	39
1.1.5.12. Ficha de Información Monumento a Antonio José de Sucre.....	39
1.1.5.13. Ficha de Información Columna de los Próceres.....	40
1.1.5.14. Ficha de Información Monumento a Eloy Alfaro.....	40
1.1.5.15. Ficha de Información Iglesia San José.....	41
1.1.5.16. Ficha de Información Iglesia La Catedral.....	41
1.1.5.17. Ficha de Información Iglesia Santo Domingo.....	42
1.1.5.18. Ficha de Información Iglesia San Agustín.....	42
2.2.1.1.I. Cuadro de Programas Culturales por Organismos Públicos.....	46
2.2.1.2.II. Cuadro de Programas Culturales por Organismos Privados.....	47
3.3.3.I. Cuadro de Estadísticas de Selección de lugar de eventos.....	61
3.3.3.II. Cuadro de Opciones de lugares para eventos.....	61
3.3.3.III. Cuadro de Estadísticas de frecuencia de asistencia a eventos	62
3.3.3.1. Gráfico de Preferencia del lugar.....	62
3.3.3.IV. Cuadro de opciones de asistencia a eventos.....	62
3.3.3.2. Gráfico de Eventos Propuestos.....	63
3.3.3.V. Cuadro de Estadísticas de Selección de eventos.....	64

	Página
3.3.3.VI. Cuadro de Estadísticas de Asistencia a conciertos.....	65
3.3.3.3. Gráfico de eventos propuestos.....	65
3.3.3.VII. Cuadro de costo de conciertos.....	66
3.3.3.4. Gráfico de costo de conciertos.....	66
3.3.3.VIII. Cuadro de Estadísticas de Asistencia a Charlas.....	67
3.3.3.IX. Cuadro de costo de charlas.....	67
3.3.3.X. Cuadro de Estadísticas de Asistencia a Recorridos guiados.....	68
3.3.3.5. Gráfico de costo de charlas.....	68
3.3.3.XI. Cuadro de costo de Recorridos guiados.....	69
3.3.3.6. Gráfico de costo de Recorridos guiados.....	69
3.3.3.XII. Cuadro de Estadísticas de Asistencia a Obras de Teatro.....	70
3.3.3.XIII. Cuadro de costo de Obras de Teatro.....	70
3.3.3.XIV. Cuadro de Estadísticas de Asistencia a Exposiciones.....	71
3.3.3.7. Gráfico de costo de Obras de Teatro.....	71
3.3.3.XV. Cuadro de costo de Exposiciones.....	72
3.3.3.8. Gráfico de costo de Exposiciones.....	72
3.3.3.XVI. Cuadro de Estadísticas de Asistencia a bienales.....	73
3.3.3.XVII. Cuadro de costo de bienales.....	73
3.3.3.XVIII. Cuadro Estadísticas por días de presentación de eventos.....	74
3.3.3.9. Gráfico de costo de bienales.....	74
3.3.3.XIX. Cuadro de preferencia de días de presentación de eventos.....	75
3.3.3.10. Gráfico de Días Sugeridos para presentación de eventos.....	75
3.3.3.XX. Cuadro de Estadísticas de acogida de eventos dirigidos a niños....	76
3.3.3.XXI. Cuadro de Resultados de Acogida de eventos infantiles.....	76
3.3.3.XXII. Cuadro de Estadísticas de tipo de eventos infantiles.....	77
3.3.3.11. Gráfico de segmento infantil.....	77
3.3.3.XXIII. Cuadro de resultados de tipo de eventos infantiles.....	78
3.3.3.12. Gráfico de tipos de teatro infantiles.....	78

	Página
3.3.3.XXIV. Cuadro de Estadísticas de tipos de medios de promoción.....	79
3.3.3.XXV. Cuadro de Resultados de tipo de promoción de agenda cultural....	79
3.3.3.XXVI. Cuadro de Estadísticas de frecuencia de promoción de agenda cultural...	80
3.3.3.13. Gráfico de medios de promoción de información cultural.....	80
3.3.3.XXVII Cuadro de Preferencia de frecuencia de promoción de agenda cultural...	81
3.3.3.14. Gráfico de Frecuencia de promoción de agenda cultural.....	81
4.4.5.I. Cuadro de Porcentajes de preferencia de lugares para eventos.....	108
4.4.5.II Cuadro de Programación de eventos y sus costos.....	109
4.4.5.1 Fotografía de la Explanada del MAAC.....	109
4.4.6.III. Cuadro de Estadísticas de asignación de precios según evento.....	111
4.4.6.IV. Cuadro de Población que asistirá a eventos.....	113
4.4.6.V. Cuadro de Asignación de precios a eventos.....	115
4.4.7.VI. Cuadro de Presupuesto Mensual de Promoción.....	120
5.5.1.I Cuadro de financiamiento por organismos.....	124
5.5.2.II. Cuadro de Recolección de patrocinios y fondos.....	126
5.5.2.III Cuadro de Gastos Operacionales para convenios.....	127
6.6.1.I. Cuadro inicial de inversión.....	129
6.6.2.II Cuadro de demanda de eventos.....	134
6.6.2.III. Cuadro de Ingresos por eventos.....	135
6.6.2.IV. Cuadro de Costos de Artistas y permisos de funcionamiento.....	136
6.6.2.V. Cuadro de Costo de arriendo de local.....	136
6.6.2.VI. Cuadro de Costo total por evento.....	137
6.6.2.VII. Cuadro de Gastos operativos anual.....	138
6.6.2.VIII. Cuadro de Otros Ingresos.....	139
6.6.2.IX. Cuadro de Estado de Resultados.....	140
6.6.2.X. Cuadro de Estado de Resultados Proyectado.....	140
6.6.2.XI Cuadro de Flujo de Caja Proyectado.....	141

## INDICE DE ANEXOS

	Página
A. Agenda completa de los eventos culturales públicos y privados que existen en la ciudad.....	147
B. Encuesta.....	149
C. Codificación de las variables y tabulación de la encuesta.....	150
D. Estadísticas Descriptivas.....	160
D.1 Medición de Frecuencias.....	161
E. Hipótesis.....	165
F. Agenda 2006.....	167
G. Informe de Edades.....	174
H. Programación y costos de publicidad.....	175
I. INECI.....	182
J. Demanda por eventos.....	185
J.1 Ingresos.....	186
J.2 Costo de artistas y permisos de espectáculos.....	187
J.3 Costo de Arriendo MAAC.....	188
J.4 Costo Total de Eventos.....	189
J.5 Cuadro diferencial de ingresos – costos.....	190
J.6 Gastos Operativos.....	191
J.7 Cuadro de Sueldos y Programación de Publicidad y Difusión.....	192
J.8 Otros Ingresos.....	193
J.9 Inversiones.....	194
J.10 Gastos de Interrelaciones.....	195
J.11 Cuadro de Depreciaciones y Amortizaciones.....	196
J.12 Estado de Resultados.....	197
J.13 Estado de Resultados Proyectado.....	198
J.14 Flujo de Caja Proyectado.....	199
K. Análisis de sensibilidad al 5% de disminución de ingresos.....	200

	Página
K.1 Análisis de Sensibilidad al 10% de disminución de ingresos.....	201
K.2 Análisis de Sensibilidad al 5% de aumento en costos.....	202
K.3 Análisis de Sensibilidad al 10% de aumento de costos.....	203
K.4 Análisis de Sensibilidad al 5% de disminución de otros ingresos.....	204
K.5 Análisis de Sensibilidad al 10% de disminución de otros ingresos.....	205

# INTRODUCCIÓN

Siendo el principal objetivo recuperar la identidad cultural de Guayaquil para resaltar los valores y costumbres de su gente, a través de la propuesta de implementación de nuevos eventos, con el apoyo de alianzas estratégicas para el desarrollo del etnoturismo. Este proyecto se basa en el desarrollo de nuevos eventos culturales para la ciudad de Guayaquil, los cuales serán dirigidos hacia la población guayaquileña, así como también para turistas extranjeros como nacionales, quienes serán participantes activos de estos nuevos caminos para el progreso cultural de los habitantes.

Para lograrlo se hace un estudio de cuales son las fortalezas y patrimonios que posee la ciudad como sitio cultural, las cuales serán tomadas como base y como los factores de mayor interés para el desarrollo del presente programa, partiendo de esta primicia se ha desarrollado una serie de fichas informativas de los sitios considerados como de mas alto atractivo a los ojos de los habitantes y turistas, los cuales servirán para promocionar en la agenda.

Si la cultura es una tarea de toda la sociedad, es el trabajo en conjunto de todas las instituciones afines, de las autoridades y funcionarios provinciales y municipales, de instituciones públicas y privadas, de todos los que tienen que ver directamente con su desarrollo, y de todos los organismos que están colaborando para su progreso. Así tenemos que la concepción de esta agenda se basa expresamente en **La enseñanza**

**artística, la realización de festivales y eventos como ferias de libros, festivales de ballet, presentaciones de importantes agrupaciones teatrales y musicales, así como también de diversos programas de arte en general.**

La ciudad de Guayaquil, cuenta con diversos sitios que ofrecen entretenimiento cultural, para el público guayaquileño y turistas, que son quienes la visitan para apreciar el cambio positivo con el que goza esta ciudad, gracias a la regeneración urbana.

En virtud del progreso que muestra actualmente la ciudad, se precisa exponer también las bellezas arquitectónicas propias y únicas de sus museos, iglesias y galerías de arte, así como también importantes reseñas del folklore guayaquileño, las cuales todas ellas se exhibirán en varios eventos culturales, teniendo como marco el patrimonio natural y cultural.

Dado esto se hace necesario sumar a esta labor el desarrollo de nuevas propuestas para el rescate del arte y la cultura, contribuyendo así al enriquecimiento de una cultura integral y a la fomentación de los valores éticos en nuestra sociedad, para favorecer la educación formal de las artes para el ciudadano común y los turistas.

Ante estos desafíos se hace indispensable que se considere que todo esto será posible solo si se logra cumplir los siguientes objetivos específicos:

1. Elaborar un diagnóstico de la ciudad de Guayaquil y evaluar diversas variables que son necesarias para convertir a la ciudad en un destino turístico cultural y así contribuir a su fortalecimiento a través del inventario de sitios y programas culturales manejados en la ciudad.
2. Proponer un plan de desarrollo cultural que resalte la idiosincrasia de un pueblo a través de la implementación de programas de cultura educacional y el cual este acorde con las expectativas y requerimientos de los ciudadanos guayaquileños.
3. Establecer la factibilidad financiera del proyecto y analizarlo en base a diversos escenarios, así como presentar opciones de fuentes de financiamiento de tal forma que el proyecto sea sustentable a corto como a largo plazo y su administración sea sostenible bajo la autogestión.
4. Establecer una promoción efectiva de la nueva agenda cultural de guayaquil, con el respaldo de instituciones privadas y estatales, para elevar el nivel formativo y realzar los valores de su gente.
5. Proponer ejes de acción, alianzas estratégicas y planes de trabajo en conjunto entre las diferentes instituciones públicas y privadas participantes a nivel educativo y profesional para el desarrollo turístico de la cultura nacional.

El cumplimiento de estos objetivos traerá importantes beneficios para la ciudad, los cuales pueden ser fácilmente cuantificables en análisis posteriores, luego de la

implementación de este proyecto. Los principales beneficios que propondrá este proyecto serán:

- Una mayor participación ciudadana en los eventos culturales de la ciudad.
- Aumento de la cultura en los habitantes de la ciudad.
- Aumento del atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil.
- Mejora de la imagen de la ciudad.
- Aumento de las actividades culturales en la ciudad de Guayaquil.

Para lograr las metas de este proyecto, se ha partido de un planteamiento la cual será la base fundamental de este proyecto, este planteamiento es el siguiente:

“El desarrollo de una agenda cultural planificada, que logre el aumento del número de eventos y actividades culturales en la ciudad así como una mayor participación de los habitantes en estos, incide fuertemente en el enriquecimiento cultural de la población, mejora la imagen de la ciudad y aumenta el atractivo turístico”

Dado esto se ha deducido las siguientes variables:

Variable dependiente: Enriquecimiento de los valores y costumbres de los guayaquileños a través de la creación de incentivos culturales.

Independiente: Creación de Incentivos culturales

El comportamiento de las variables podrá ser medido mediante los siguientes indicadores:

1. (Número de asistentes guayaquileños a los eventos que se realizan en el 2006/Número de asistentes guayaquileños a los eventos del 2005) - 1.
2. Número de eventos culturales que se realizaron en el 2006/Número de eventos realizados en el 2005)-1.

Como se puede ver estos indicadores muestran la variación porcentual de la variable en un período con respecto a la misma variable en un período anterior, el objetivo de este proyecto es lograr un aumento porcentual en el 2006 de estas variables con respecto al año 2005, manteniendo la factibilidad económica del proyecto, con lo cual quedaría justificado la ejecución de este programa.

## **CAPÍTULO I**

### **1. ASPECTOS SOCIO-CULTURALES DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL A TRAVÉS DE LOS TIEMPOS**

La ciudad de Guayaquil a lo largo de su historia ha vivido una serie de eventos y hechos trascendentales, que sin lugar a duda llaman la atención de sus habitantes, lo cual da como resultado que la ciudad se haya convertido en una metrópoli pujante, emprendedora y con gran valor cultural para el país.

Hechos como la llegada de los españoles y la continua disputa de nuestros aborígenes para defender su territorio, o bien la muy sufrida época de los azotes de la ciudad por parte de los incendios en la época de la colonia, bien pueden ser resaltados mediante obras de gran magnitud y altísimo valor cultural, mediante el canto o el teatro. Al mismo tiempo se pueden componer obras contemporáneas de música y danza, que realcen la imponente transformación urbana hacia el modernismo, los cuales bien pueden ser de gran agrado para el público guayaquileño, ya que muestran la forma de vida actual y el desarrollo de la ciudad gracias a la lucha de sus habitantes.

El aspecto socio-cultural de la ciudad bien puede representarse dentro de 4 eras bien marcadas como la época Precolombina y Conquista, la época de la Colonia hasta la Independencia, la época Romántica de grandes literatos y músicos que nace en la República hasta los días mas sobresaliente de la música nacional gracias a su mayor estandarte Don Julio Jaramillo y la época actual que combina el teatro, música y danza con los aspectos urbanos más cotidianos que tantos gustan a los ciudadanos.

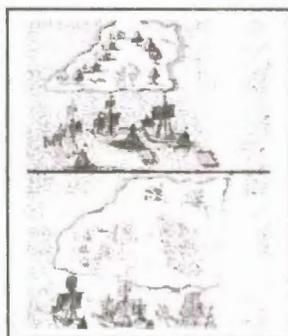
A partir de este marco histórico se piensa representar una serie de eventos que reaviven la cultura de los guayaquileños, presentado obras de teatro, danza y música en la localidades de mayor esplendor y belleza que contiene la ciudad, los que daría como resultado una explotación continua de 3 de los más grandes tesoros que contiene la ciudad: la bellísima historia de nuestra ciudad, las diversas leyendas urbanas y la arquitectura.

En base a esto es de gran interés mostrar cuales son los aspectos de mayor importancia dentro de la cultura de la ciudad de Guayaquil, por lo que se presentará a continuación diversos relatos históricos, aspectos sobre la vida actual en la ciudad, el impacto socio-cultural y un inventario de los más importantes lugares con lo que cuenta actualmente la urbe, los cuales serán la base fundamental para el desarrollo de este proyecto y el patrimonio cultural que se pretende rescatar mediante los diferentes eventos de arte, contribuyendo así al desarrollo integral y al fomento de los valores en nuestra sociedad.

## 1.1. ASPECTOS HISTÓRICOS

### Conquistas de la ciudad

**Ilustración 1.1.1. 1**  
**Llegada de los españoles**



Fuente:  
[www.visitaaguayaquil.com](http://www.visitaaguayaquil.com)

La primera incursión que tuviera la ciudad de Guayaquil fue la de los españoles que se dio en primera instancia por Pizarro en el año 1.531.

“La colonización que hiciera Pizarro, originó el mestizaje que dio paso a nuestra actual cultura, dándole carácter e identidad propia a un conglomerado humano protagonista de muchos de los principales cambios

tempranos que la humanidad ha experimentado en nuestra región”. Tomado de la página web: [www.visitaguayaquil.com](http://www.visitaguayaquil.com).

Partiendo de esta hazaña se ha considerado que Guayaquil sufrió actos de reasentamientos que fueron promovidos por personajes ajenos a los que habitaban en la ciudad. “Los Huancavilcas” liderados por el Cacique Guayaquile, prefirieron luchar hasta morir antes que someterse al vasallaje impuesto por los conquistadores españoles. Aunque fueron resistentes no lograron impedir que los españoles incursionaran en la ciudad con sus varias conquistas denotando así las más relevantes:

- 15 de agosto de 1.534

El Mariscal Diego de Almagro fundó la ciudad de Santiago de Quito, hoy Santiago de Guayaquil, “cerca de la Laguna de Colta, y al pie del Chimborazo, en un punto que corresponde al actual pueblo de Cicalpa”

- El 22 de enero de 1.535, el gobernador Francisco Pizarro, desde Pachacamac (Perú), aprueba la fundación y nombramiento de los miembros de los cabildos de Santiago de Quito (Santiago de Guayaquil) y de la Villa de San Francisco de Quito, fundada en Riobamba por Almagro en 1.534.

- Julio de 1.535

Benalcázar eligió el 25 de julio de 1.535, día del apóstol Santiago, para trasladar y organizar la ciudad en el estero de Dimas. De lo cual se denota que es un origen errado creer que Guayaquil fue fundada en esta fecha ya que Benalcázar no tenía facultad para fundar una ciudad que ya estaba fundada.

- Asentamiento de Chaday

En abril de 1.536 la ciudad de Santiago se traslada al paraje Chaday. La mudanza fue realizada por el capitán Hernando Zaera, por disposición del gobernador Francisco Pizarro.

Chaday estaba ubicada en lo que actualmente se conoce como Río Yaguachi. Al abandonar Zaera la misión, la ciudad fue trasladada nuevamente por Francisco de Orellana al Cerro Santa Ana (Lominchao<sup>1</sup>).

- Urbina reestablece la ciudad en 1.542

El capitán Diego de Urbina, teniente gobernador de Guayaquil y Portoviejo, después de pacificar la región restableció la ciudad de Santiago de Guayaquil, en el Cerro Santa Ana (llamado en idioma aborigen Lominchao), y así empezó la vida colonial de Guayaquil, eje colonizador en la región del Litoral Ecuatoriano, enfrentando la ciudad nuevos desafíos.

- Mudanzas de Ciudad Vieja a Ciudad Nueva en 1.687

Los guayaquileños asumieron la histórica decisión de reasentar su ciudad en un lugar que facilitara la defensa e impida los ataques por sorpresa.

Guayaquil se empezó a definir, sus habitantes se iban perfilando en su vocación de trabajo con el establecimiento del Astillero, que es un punto referencial de mucha importancia para navegantes y armadores navales que circulaban por las rutas del Pacífico y sobre todo para la supervivencia de la Armada de la Mar del Sur. La actividad comercial del pequeño puerto que constituía un promisorio atractivo para quienes buscaban labrarse un mejor futuro. La colectividad se distinguió como gente cordial, trabajadora y generosa, con un auténtico espíritu de cuerpo y profundo sentido de solidaridad que a floraban especialmente en los momentos de desgracia. Todas estas cualidades identificaron con el paso del tiempo el comportamiento de los guayaquileños.

---

<sup>1</sup> Montículo cubierto de vegetación lechosa

## Coloniaje

La preexistencia de una sociedad aborígen (chonos, huancavilcas y punáes) de indígenas mercaderes, practicantes de un comercio primitivo y precapitalista de largo alcance, que habían creado y desarrollado una comunidad mercantil abierta muestran con su historia, sociedad y comercio que están antes que las huestes de Pizarro, Almagro y Orellana inicien la Conquista-Colonia, por tanto el Guayaquile indígena, ancestral y mercantil preexiste y precede al Santiago de Guayaquil colonial español.

Así, indios mercaderes y españoles premodernos y de débil modernidad se mezclaron, se puede decir que la colonia se inició, con los negros y los extranjeros no españoles, quienes aumentaron y ampliaron la mezcla. Con esto se dio inicio a la mezcla étnica y cultural que muestra Guayaquil actualmente.

El coloniaje creó las condiciones del dominio, expropiación y explotación.

El Guayaquil colonial que surgió, nació signado por tres determinaciones naturales, sociales, étnicas y culturales: a) La necesidad de la apertura que le marca la relación Ría-Golfo-Mar; b) La tradición comercial y mercantil de sus aborígenes y c) La constante presencia de un mestizaje interminable que trajo la fusión de las dos primeras, más la presencia afro-caribe y otras comunidades.

Así, el pasado de Guayaquile y las influencias externas le pusieron algunas reglas límites al coloniaje. Se construyó una ciudad urbana que no reparaba en la condición socio-urbana y cultural que ese accionar mercantil actualmente también crea y recrea, ya que el puerto está en un lugar y una geografía, además de ser la ciudad una construcción histórica, social, lenguaje y sintaxis, un relato hecho de economía, política, cultura, símbolos, imaginación y sueños.

## Costumbres y Actividades Folklóricas

En relación a los usos y costumbres existió similitud de las modas femeninas con las de Panamá, advirtiendo una diferencia muy original, ya que, a más de las polleras, cuando salían a la calle o estaban de festividad en sus casas, las guayaquileñas usan el faldellín, que era un tipo de vestimenta más elegante. Para salir usan manta o mantillas y adornaban cuello y brazos con cadenas, perlas, rosarios, manillas y corales. Llevaban zarcillos llenos de pedrería y unas bolitas de seda negra con perla, que llamaban “polizones”, las cuales son muy vistosas en sus orejas.

Un elemento que motivó el interés profesional en ese entonces fueron las balsas veleras en las que los aborígenes costeños realizaban para la transportación regular de carga y pasajeros por el río. Los primeros navegantes que incursionaron en el mundo marino fueron los antiguos valdivianos, poseedores de conocimientos que perfeccionaron sus descendientes los manteño-huancavilcas y las balsas que se utilizaron desde épocas remotas para navegación oceánica, así los marinos españoles aprendieron de la eficiencia observada en Guayaquil.

Desde los fines del siglo XVIII se distinguieron en las zonas agrícolas del litoral una entidad mestiza cuyas raíces más remotas estaban compuestas por el aporte étnico cultural de indígenas cayapa-colorado, españoles y negros esclavos llegados a partir del siglo XVI, y continuaron con las mezclas de mulatos, indios del Interande y mestizos serranos, a consecuencia las crisis de los obrajes<sup>2</sup> que mostraron verdaderas oleadas migratorias para buscar trabajo en estos campos y ciudades.

---

<sup>2</sup> Labores hechas a mano o con una máquina.

## Danzas Montubias

### Ilustración 1.1.1. 2

#### Baile Montubio



Fuente: [www.visitaguayaquil.com](http://www.visitaguayaquil.com)

floreadas y blusas (polkas<sup>3</sup>) de colores.

La ciudad se distinguía por el habla de marcado acento propio de su región, sombrero de paja mocora, una camisa de algodón a la que llaman cotona y la habilidad e inteligencia para sobrevivir en la zona selvática del Litoral. Sus mujeres eran muy hacendosas; vestían polleras

Mezclan en su folklore la realidad maravillosa del entorno con la fantasía más desbordante. A ellos se debe el impulso que ha tomado la producción agrícola costeña en esta etapa, aunque salarial y socialmente, no están estimados como se merecen.

La cultura en estos tiempos muestra la historia de un Guayaquil con costumbres ya asentadas en la base de una mezcla de raíces que dio lugar a un mestizaje enraizado en el nativo guayaquileño, donde creció la población rápidamente. Guayaquil siempre considerada como una ciudad próspera, basada en el comercio, construcción de barcos en sus astilleros y la agricultura.

<sup>3</sup> Danza de origen polaco, de movimiento rápido.

## 1.2. ASPECTOS SOBRE LA VIDA ACTUAL EN LA CIUDAD

Guayaquil actualmente se presenta como una nueva pasión histórica. Es un destino y espacio socio-urbano renovado que brilla, enamora y cautiva. Es la misma de ayer, pero tradicional, moderna, inconclusa y posmoderna, hecha de fragmentos. Síntesis de íconos y proceso sociocultural y urbano que resume: comercio primitivo aborigen, capitalismo mercantil moderno y globalización posmoderna. Cargando sus referentes históricos más modernos que coloniales, de mestizaje híbrido, pero siempre bajo la determinación de una ciudad-puerto. La visualización instantánea la retrata como un enjambre de productores mercantiles independientes formales e informales que se mueven bajo la influencia de una tropicalidad que no cesa de tejer una constante e inacabada modernidad.

La guayaquileñidad es algo más que emociones y sentimientos que se puedan experimentar. Es un hecho concreto, real que representa la determinación de un pueblo aferrado a su autonomía, a su río, a su mar, a su espacio. Es la lucha constante contra la adversidad sin dobleces ni flaquezas.

Es la experiencia de un espíritu libre que responde a una geografía abierta, frente al mar, de espaldas a las montañas. Herencia del navegante velero y comercio prehispánico. Es cacique en territorio de frontera, sin otra ley que la suya. Es esfuerzo, pujanza, hospitalidad, lucha, ideas transformadoras, libertad y patriotismo.

Así se resaltan en la actualidad la existencia de artistas callejeros que muestran el arte musical de la cultura ecuatoriana en los distintos parques y principales avenidas de la ciudad, así como anteriormente también se daba cita de los grandes cantantes de la historia como es el Ruiseñor de América, Julio Jaramillo.

La Semana Santa comienza cuando la mayoría de los guayaquileños compran hojas de palmeras para darles distintas formas y luego las llevan a la iglesia el Domingo de Ramos. La celebración especial para el Día Jueves Santo es la procesión que se realiza de Cristo del Consuelo, donde algunos hombres arrastran enormes cruces de madera acompañados de penitentes, la procesión camina por las calles de la ciudad seguida de una multitud de feligreses.

Muchas familias se reúnen para realizar la procesión en las iglesias en caso de que no lo hayan hecho en las calles de su vecindario. En estas festividades católicas se prepara un plato especial que se ha convertido en una deliciosa tradición: La Fanesca, es como se denomina al plato elaborado a base de granos y pescado bacalao, acompañado en ocasiones de arroz blanco, el exquisito plato debe ser repartido a doce personas, entre amigos y familiares conmemorando de esta manera la Última Cena que dio Jesús a sus apóstoles.

A pesar del paso del tiempo y las costumbres foráneas que se van introduciendo, nadie ha logrado todavía “quemar” por completo al famoso Año Viejo. Toda una tradición que consiste en la elaboración de un muñeco, hecho en su mayoría con aserrín y papel, que emula la figura humana y está relleno con tronadores, petardos, diablillos, camaretas y más artilugios que causan estruendo al filo de la medianoche.

La construcción de año viejo congrega a toda la familia, barrio o amigos, quienes a la vez se encargan de escribir un testamento o carta en la que se citan bromas y frases jocosas sobre un miembro de la familia o un amigo muy cercano, que por lo general son leídas antes de prender fuego. Acompaña toda esta travesura un personaje que no se puede dejar a un lado por su alto grado de importancia en la época, y esta es la famosa “viuda” que es representada, en la mayoría de los casos, por un hombre disfrazado de mujer que es el encargado de llorar cómicamente y hacer reír a los transeúntes quienes a cambio deben darle una moneda para su

“pobre viejito que va a morir”. Poco antes de las 12, la hoguera se enciende y es hora de terminar, no solo con esta divertida fiesta, sino también con la vida de un año viejo que se lleva con él todos los momentos amargos y duros que la persona pudo haber atravesado. A cambio con cada sonido de petardos y un puñado de azúcar que se echa en la llama ardiente, los que practican esta costumbre depositan energías positivas y deseos de transformar sus vidas el año que viene.

La quema del año viejo es, tal vez la fiesta más popular y más animada del país y aunque no se sabe con exactitud su procedencia (se cree que procede un pueblo de España), más allá de la simple elaboración de un muñeco, esta fiesta constituye el rito de un sacrificio simbólico que abre paso a una nueva vida, al florecimiento de un cúmulo de esperanzas y al anhelo de vivir mejor en el futuro.

Pero toda la picardía que se presenta en la ciudad y que muchas veces son representadas en jocosas obras se muestran en el vivir cotidiano dando como resultado el modo de vivir de dos personajes en los que los guayaquileños se han dividido: “El guayaco cholito y el guayaco aniñado, personajes que se prestan para caricaturas. El aniñado tiene chiva puntiaguda y el gel siempre acompaña su pelo.

Va al gimnasio pero si tiene los brazos musculosos, siempre tendrá la barriga cervecera. Últimamente no está tan gordo porque correr está de moda. Su celular tiene que ser el más pequeño del mercado y es su mejor compañero. Cuando recibe llamada, no habla, grita. La cadena de oro y el reloj –más grueso que la muñeca- no pueden faltar en su vestimenta.

El cholito tiene el pelo largo y una chiva mal crecida. En alguna parte de su vestimenta tiene que ir la palabra USA. El short es obligatorio por el calor, las zapatillas son opcionales. No puede faltar una moneda de 25 centavos hábilmente colocada en la oreja para el pasaje o el audífono del walkman para oír salsa. El

fin de semana la camisa de la selección se exhibe con orgullo y la jaba de cerveza a la mano para después del partido”. Tomado de artículo publicado por el Diario El Universo.

Muy aparte de las vestimentas y comentarios, se puede agregar además algo muy importante que nunca los guayaquileños dejarían pasar por alto y es la comida, aunque actualmente se ha reemplazado los típicos platos que se vendían muy a menudo en las esquinas de cada calle esperando ser consumidos por todo el que pasara como era: los bollos de pescado, los dulces de charol, tamales, muchines, ayampacos y carnes en palito, exquisiteces, que han sido reemplazadas por las carretillas de hamburguesas, perros calientes, sánduches de pavo, de lomo u otros como la pizza, los tacos y otros bocadillos más, que han venido ganado terreno en el comer diario de la gente guayaquileña, adaptando a la sociedad a nuevas y extranjeras costumbres. Los cangrejales cumplen también con todas las expectativas de los guayaquileños, la costumbre es comer una cangrejada con un par de cervezas viendo por la televisión un partido de fútbol o simplemente para reunirse y conversar entre amigos. Las fritadas también constituyen otra tradicional costumbre guayaquileña.

### **1.3. ASPECTOS SOCIOCULTURALES**

La percepción y definición de la identidad sociocultural ecuatoriana es leída, entendida, explicada y sustentada exclusivamente en lo andino-quechua, excluyendo las diversidades regionales de Costa, Amazonía y Galápagos. Esto crea una identidad imaginada. Surge así una supuesta “cultura nacional” que es afirmada como creación “histórica” que va desde los Quitus al Imperio Incásico y de este a la Presidencia de Quito. Así las diferencias y aportes regionales, especialmente la costeña, aparecen subsumidas y silenciadas por esta visión andino céntrica de la cultura y la identidad nacional.

Al Ecuador en general se lo caracteriza por una variedad y diversidad regional étnica, social y cultural. Esta realidad no requiere justificaciones teóricas o ideológicas, es evidente y de histórica contundencia. De este modo la rica diversidad regional y cultural que tiene y genera la Costa se la bloquea y se la pretende mostrar y comprender excluyéndola en lo real e incluyéndola en la andina. Así la ideología “nacionalidad” andina y quechua reprime y no deja ver la heterogeneidad regional, étnica y cultural real.

Ésta contribuye en una forma de silenciar lo costeño y sobre-valorar lo mestizo andino-quechua, colocándose como centralidad cultural y de fundamento de la identidad nacional la diversidad de causas como tradiciones, narrativas socio-históricas distorsionadoras, macro relatos de una cultura imaginada, deseada y mitificada antes que real e histórica. Leyendas no cuestionadas. Mitos no criticados, historiografías no revisadas. Pero, también intereses y discursividades regionales.

Es por esto que aunque existiendo geográficamente y aceptándose como tal a Guayaquil, es difícil que se perciba como identidad una diferente a la andino-quechua. Tomando en consideración a los cholos, costeños, montubios, como un sujeto real que pone en escena sus costumbres y creencias. Pero aún siendo de esta manera no se puede silenciar la identidad cultural tropical que es la que reina en Guayaquil en la confluencia afro-caribeña y antillana con lo tropical de la Costa, no se pueden ocultar las convocatorias musicales y sonoras con aquellos ritmos afro-caribeños como: mambo, son, cumbia, salsa o merengue.

Esto son los símbolos tropicales con los cuales se identifican los guayaquileños. En la historia de la Costa, como realidad de diversidad étnica, hay un fenotipo<sup>4</sup> sociocultural: el montubio. Sujeto social que le da vida al campo de la región,

---

<sup>4</sup> Conjunto de caracteres hereditarios, cuya aparición es debido a la existencia de sendos genes que posee cada individuo perteneciente a una determinada especie.

porta y expresa la diferencia con lo andino y nutre con su trabajo la mayor parte de la economía agro-exportadora. Es el hombre del monte costeño. Así es que existe un intercambio de culturas dentro de una misma nación como es el caso del andino-quichua que atribuye su diversidad de expresiones étnicas, sociales y culturales a la población costeña. Más esta población no se acoge a estas simbolizaciones y lenguajes más bien mantienen su identidad de cholos, negros y mestizos del trópico. Esto explica que se trata de entender que hay una realidad sociocultural que es diferente a la que se maneja en cada sitio. Cultura, símbolos y lenguajes que deben ser asumidos, respetados y valorados para que la interculturalidad no sea declaración y propaganda sino una forma de aprender a reconstruir.

Pero no solo vale mencionar que existe un intercambio cultural dentro del país sino también fuera del mismo. Como los españoles, quienes llegaron a establecerse en la ciudad de Guayaquil, habituando a nuestros pobladores a sus costumbres, formas de vida, lenguaje y demás. Cabe mencionar también el intercambio cultural en la actualidad que se exhibe en los planteles educacionales que presentan programas de intercambio, para que sus alumnos aprendan no solo en es aspecto intelectual sino también cultural.

#### **1.4. INCIDENCIA DEL TURISMO EN LA CULTURA: ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS**

La ciudad no es un conjunto de calles, edificios y personas. Hoy es el lugar preferencial de las relaciones capitalistas modernas, donde oferta y demanda crean el mercado en el vértigo de la circulación. El cual da lugar a aprovechar el turismo con todos aquellos que acuden a ella como productores, comerciantes y consumidores. Es el espacio urbano donde viven hombres, mujeres, niños y ancianos. Es la atmósfera socio-espacial donde residen ciudadanos (as) y familias, donde están escuelas,

hospitales, cines, culturas, iglesias, *barrios de aniñados y de guacharnacos*, ciudadelas cerradas y cercadas y barrios abiertos de emigrantes en barrios marginales.

Desde cualquier interpretación la ciudad es el hábitat socio-cultural y simbólico donde ciudadanos diversos establecen relaciones múltiples. Es el lugar socio-político de la ciudadanía. Creer que porque estas son espacios mercantiles sólo les pertenece a mercaderes es un error.

Se diferencian distintos aspectos que contribuyen positivamente al turismo guayaquileño. Como el influjo de la globalización, pos-modernidad, revalorización de lo local, empoderamiento municipal, regeneración urbana y liderazgo que se ha venido observando en los últimos trece años. Esta dinámica ha hecho que Guayaquil no sea la de ayer que conjuntamente con el crecimiento arquitectónico y de espacios cerrados y abiertos ha crecido también nivel sociocultural. Se ha rediseñado lugares como el Malecón de la ría y el Salado, la Playita y el casco urbano.

Con este proceso se crearon nuevos lenguajes, códigos y signos que se deben aprender y comprender y vivir la ciudad de otra manera. La ciudad no solo ha cambiado sino también que ha cambiado a sus residentes haciéndolos partícipes de un proceso imperceptible que inconscientemente ha llevado a sus habitantes de pobladores a ciudadanos. La ciudad se convirtió en sociedad local, espacio político, espacio turístico, gobierno local, hábitat urbano cultural y simbólico, portadora de nuevos sentidos. No obstante al igual que existen pro también se suscitan los contra para el turismo guayaquileño.

Así, se menciona las protestas de los informales, la expresión de la furia colectiva de los comerciantes informales que se apropian del espacio público, los subempleados y niños trabajadores, es un problema más complejo y de un proceso social, que no se puede reducir fácilmente, aunque Guayaquil como ciudad-puerto, no debe ni puede ser propiedad espacial de mercaderes (formales o informales), hay que dejar de posponer discusión y empezar a manejar los espacios abiertos con los que cuenta la

ciudad como mall, bahía, ferias libres, la Pedro Pablo Gómez, mercados y en sí la síntesis socio-urbana política. Siendo así Guayaquil la ciudad capitalista, se irá convirtiendo en el lugar de mercaderes donde la cultura se esconde por el contrabando y el populismo chabacano, estas son actitudes que se pueden destruir y que han venido destruyendo con prácticas del sueño de una ciudad nueva.

## 1.5. SITIOS CULTURALES: FICHAS INFORMATIVAS

A continuación se detalla una breve ficha de cada uno de los lugares de la ciudad considerados como culturales y turísticos, resumen que servirán como un importante aporte para la implementación y lanzamiento de los eventos que se desean proponer en la agenda cultural. Este modelo de ficha es una adaptación del modelo tomado del Libro de Patrimonio Arquitectónico y Urbano de Guayaquil:

**Ilustración 1.1.5.3**

### El Barrio Las Peñas

	<b>Ficha Informativa N°</b>	1
	<b>Nombre del Sitio:</b>	Barrio Las Peñas
	<b>Construcción:</b>	Año 1.858
	<b>Parroquia:</b>	Roca
	<b>Ubicación:</b>	Cerro Santa Ana – Túnel Uno
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
	<b>Historia:</b>	La ciudad de Guayaquil, luego de su fundación se establece en la "falda de la colina Santa Ana o Cerro de la Culata", escogiéndose para la edificación de las casas la parte alta, por ser el resto "anegadizo".
<b>Descripción:</b> El barrio está constituido por casas en su mayoría de madera, de las cuales se remontan a fines del siglo XIX y principios del actual. Todas presentan fachada a la única calle que forma el barrio y alguna de ellas presenta fachada al río, siendo ésta, una de las principales características del conjunto.		

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

#### Ilustración 1.1.5.4

##### El Malecón 2000

	<b>Ficha Informativa N°</b>	2
	<b>Nombre del Sitio:</b>	Malecón 2000
	<b>Reformado:</b>	Año 2.000
	<b>Parroquia:</b>	Pedro Carbo
	<b>Ubicación:</b>	A lo largo de la Av. Malecón
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
<p><b>Historia:</b> Con el establecimiento de la ciudad nueva en Sabaneta, se trazó una vía que bordeó el río y a través de ella se vinculaba el transporte terrestre con todas las actividades en los muelles de la ciudad, los cuales comunicaban el comercio de Guayaquil con el resto de las colonias españolas, y tenían una inusitada actividad.</p> <p><b>Descripción:</b> El Malecón 2000 con un área superficial es de 20 há. Cuenta con un Centro Comercial, museo, diversos restaurantes, salas de exposiciones, jardines, lagunas y esteros artificiales; así como paseos peatonales, y diversas baterías de servicios higiénicos distribuidos a lo largo de todo su recorrido. Alberga a cerca de 3.000 espacios de parqueo. Cuenta con seguridad y mantenimiento privado.</p>		

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

#### Ilustración 1.1.5.5

##### El Malecón del Estero Salado

	<b>Ficha Informativa N°</b>	3
	<b>Nombre del Sitio:</b>	Malecón del Estero Salado
	<b>Reformado:</b>	Año 2.001
	<b>Parroquia:</b>	Tarqui
	<b>Ubicación:</b>	Av. Carlos Julio Arosemena
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
<p><b>Descripción:</b> El Malecón del Salado cuentas con dos secciones: una junto a la Universidad de Guayaquil y la otra a lado del Tenis Club. Tiene áreas recreacionales, patios de comida y espacios de parqueos. Estas están conectadas por un paso peatonal elevado, en forma de arco, tendido sobre el Puente 5 de Junio. El proyecto abarca: Plaza Baquerizo Moreno, Parque Lineal y Parque Ferroviaria.</p>		

**Historia:** En 1.841 en el Estero Salado llamado El Corte y cuyas aguas salobres eran consideradas medicinales, se construyen los Baños del Salado, que se convirtieron en un sitio de sano esparcimiento. Estaba dividido por el puente en dos secciones: la izquierda para las mujeres y la derecha para los hombres, estos no podían nadar hacia el lado izquierdo. La época dorada del Estero fue en 1.922 cuando a sus orillas, se inauguró el parque de diversiones American Park.

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

## Ilustración 1.1.5.6

## La Plaza de Artes y Oficios

	<b>Ficha Informativa N°</b>	4
	<b>Nombre del Sitio:</b>	Plaza de Artes y Oficios
	<b>Reformado:</b>	Año 2.001
	<b>Parroquia:</b>	Ximena
	<b>Ubicación:</b>	Parque Forestal
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
<b>Descripción:</b> El encuentro con las artes, constituye el componente externo de la Plaza que busca, sobre la base de un día de recreación que combina presentación con participación activa del público, recuperar la expresividad artística, individual y colectiva de los habitantes de la ciudad, vinculando lo académico con lo popular.		

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

## Ilustración 1.1.5.7

## La Plaza de Integración

	<b>Ficha Informativa N°</b>	5
	<b>Nombre del Sitio:</b>	Plaza de Integración
	<b>Reformado:</b>	Año 2.002
	<b>Diseño:</b>	Arq. Gustavo Suárez
	<b>Parroquia:</b>	Pedro Carbo
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
<b>Historia:</b> El primer mercado que tuvo Guayaquil, estuvo localizado en la Ciudad Nueva en la plazuela junto al Cabildo, mercado que no era sino unas ramaditas de paja. Guayaquil nació a orillas del río al ritmo de una arquitectura espontánea, industrial y moderna. El proyecto colosal de la Fundación del Malecón 2000 volvió a dar vida al denominado "MERCADO SUR", edificio construido en 1907 y designado como monumento histórico por la Junta Patrimonial siendo el principal recurso histórico, estético y volumétrico de este tramo del malecón; el río y los edificios circundantes, comerciales y de vivienda e institucionales como el Club de la Unión y la Iglesia San José que fue inaugurado el 26 de febrero de 2002.		
<b>Descripción:</b> La originalidad del lugar consiste en dos "cajas" de vidrio transparentes y autónomas, insertadas dentro de la estructura original del edificio. Conforman las "patas" del gran portal. Esta fachada que pareciera de cristal marca las distintas épocas de ejecución, permitiendo no perder la percepción total de la antigua nave y diluyendo al máximo posible la presencia de lo nuevo respecto a lo viejo; la disposición interna en cada una de la "cajas" sigue rigurosamente al mandato de la simetría biaxial del Monumento. El piso del Gran Portal es de adoquines de piedra andesita y el de las "cajas vidriadas" es de madera flotante.		

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

## Ilustración 1.1.5.8

## Monumento a Simón Bolívar

	<b>Ficha Informativa N°</b>	6
	<b>Nombre:</b>	Simón Bolívar
	<b>Inauguración:</b>	24 de julio de 1.889
	<b>Diseño:</b>	Gustavo Anderlini
	<b>Ubicación:</b>	Parque Seminario
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
	<b>Descripción:</b>	Peso de la estatua ecuestre es de cuatro toneladas; peso de lo demás es de treinta toneladas con un alto de 4,65 metros. El artista transferirá la actitud del caballo de Marco Aurelio, situado en el capitolio romano, la cabeza descubierta y que la posición del brazo tenga actitud de saludo a los pueblos.
<b>Historia:</b> En la ciudad de Guayaquil el 3 de noviembre de 1872, en el Salón de la Gobernación de la provincia se decide realizar el pensamiento de erigir la estatua del Libertador Simón Bolívar. El Comité convocó a los más destacados artistas de Europa y Estados Unidos, recibiendo una gran cantidad de proyectos cuyas maquetas fueron exhibidas en un pabellón de exposiciones de la ciudad de París.		

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

## Ilustración 1.1.5.9

## Monumento a José Joaquín de Olmedo

	<b>Ficha Informativa N°</b>	7
	<b>Nombre:</b>	José Joaquín de Olmedo
	<b>Inauguración:</b>	9 de octubre de 1.892
	<b>Ubicación:</b>	Malecón 2000
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
	<b>Descripción:</b>	Presenta una altura total de 8.17 metros. El pedestal es de hormigón recubierto con lacas desmontables trabajadas en piedra, sobre las cuales se colocan los soportes de los bajorrelieves, con un peso total aproximado de 11 toneladas. En la parte superior está la estatua del prócer trabajada en bronce.

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

## Ilustración 1.1.5.10

## Hemiciclo de la Rotonda

	<b>Ficha Informativa N°</b>	8
	<b>Nombre:</b>	Hemiciclo La Rotonda
	<b>Inauguración:</b>	Año 1.935
	<b>Diseño:</b>	Emilio Soro y Juan Rovira
	<b>Ubicación:</b>	Malecón 2000
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
<b>Descripción:</b> Compuesta esta magna obra de diferentes partes. Los jarrones del entorno de la Rotonda de cuales fue autor el Sr. Emilio Soro, los elementos decorativos del hemiciclo fueron tallados por el escultor español Juan Rovira, quien había llegado a Guayaquil, alrededor de 1920, precedido de una justa fama de escultor y estatuario.		

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

### Ilustración 1.1.5.11

#### Monumento a Vicente Rocafuerte

	<b>Ficha Informativa N°</b>	9
	<b>Nombre:</b>	Vicente Rocafuerte
	<b>Inauguración:</b>	12 de diciembre de 1.879
	<b>Ubicación:</b>	Parque Rocafuerte
	<b>Ubicación:</b>	Parque Seminario
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
	<b>Descripción:</b>	El monumento descansa sobre una base de hormigón recubierto de granito, sobre la cual se levanta un pedestal cúbico, igualmente de hormigón, revestido de basalto negro, que tiene 2,4 metros de ancho y 1,40 de alto.

Este pedestal, a su vez sustenta un fuste de forma de prisma rectangular, recubierto con un mármol rosa, de 1,93 de largo por 1,93 de ancho y 1,80 metros de altura. En la fachada noroeste del pedestal se lee una leyenda que dice "A VICENTE ROCAFUERTE". En la elevación noroeste del mismo pedestal, existe una bajorrelieve en bronce, de 0,70 x 0,70 metros, que representa a Rocafuerte rodeado por la población adulta, varios niños y un ángel. Al fondo se observa un templo griego con columnas corintias, que surgieron en Grecia.

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

### Ilustración 1.1.5.12

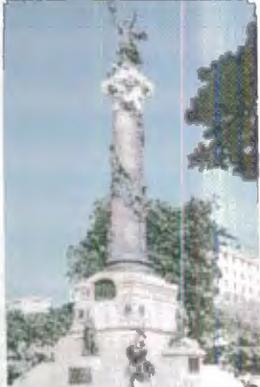
#### Monumento al Mariscal Antonio José de Sucre

	<b>Ficha Informativa N°</b>	10
	<b>Nombre:</b>	Mariscal Sucre
	<b>Inauguración:</b>	8 de diciembre de 1.911
	<b>Ubicación:</b>	Parque Sucre
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
	<b>Descripción:</b>	Altura total del monumento es de 8,50 mts. medidos desde la base hasta el punto más alto de la cabeza. La estatua representa al mariscal Sucre vestido con el uniforme de la época, llevando una espada al cinto y un antejo de larga-vista en las manos. El primer escalón de la base es de mármol, con una longitud de 7,60 mts.

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

**Ilustración 1.1.5.13**  
**Columna de Los Próceres**

	<b>Ficha Informativa N°</b>	11
	<b>Nombre:</b>	Columna de los Próceres
	<b>Inauguración:</b>	Año 1.918
	<b>Ubicación:</b>	Parque Centenario
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
	<b>Descripción:</b> Constituida por tres elementos: 1. Una base de granito en la que se observan cuatro estatuas de personajes históricos orientadas hacia los cuatro puntos cardinales, cuatro figuras mitológicas en los ángulos, cuatro bajorrelieves alusivos a la gesta de octubre y ocho medallones en relieve con la efigie de los próceres. 2. El fuste, en el que se observa un grabado con el Acta del 9 de octubre y los nombres de los Patriotas.	

En su entorno se aprecian bajorrelieves de figuras femeninas que ascienden. 3. El capitel, en el que se distingue una joven hincada y la imagen de ICARO. Sobre él se observa una joven sosteniendo la antorcha de la libertad y, a su lado, un cóndor en actitud de emprender el vuelo. El fuste de la columna es de bronce, con 10.80 metros de alto, cuyas piezas están unidas con fuertes pernos.

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

**Ilustración 1.1.5.14**  
**Monumento a Eloy Alfaro**

	<b>Ficha Informativa N°</b>	12
	<b>Nombre:</b>	Eloy Alfaro Delgado
	<b>Inauguración:</b>	9 de octubre de 1.961
	<b>Ubicación:</b>	Parque Eloy Alfaro
	<b>Horarios de Atención:</b>	Todo el día hasta las 12 de la noche.
<b>Descripción:</b> Con bases de 5 metros cuadrados de profundidad. Las figuras que representan al pueblo están realizadas en granito con apariencia rústica, solo la imagen de Alfaro es de bronce, el conjunto escultórico fue trabajado en grupos separados que luego fueron colocados en el monumento. El pedestal fue ejecutado en hormigón revestido de piedra.		

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

## Ilustración 1.1.5.15

## Fachada de Iglesia San José

	<b>Ficha Informativa N°</b>	13
	<b>Nombre:</b>	Iglesia San José
	<b>Inauguración:</b>	16 de julio de 1.905
	<b>Parroquia:</b>	Olmedo
	<b>Diseño:</b>	Ing. Francisco Manrique y Arq. F. Maccaferri
	<b>Construcción:</b>	1.914, 1.925
	<b>Ubicación:</b>	Av. Eloy Alfaro y Manabí
<b>Historia:</b> La iglesia de San José más antigua que se conoce debió levantarse nuevamente en los años 1708, para ser destruida por incendios posteriores en 1764. Luego en 1866 se inauguró un templo construido nuevamente lejos de las otras iglesias y edificaciones en un lugar llamado "solar colonial" para ser destruido por el incendio de 1896 que afectó parcialmente la construcción, hasta luego en 1902 que se destruyó totalmente en otro incendio.		
<b>Descripción:</b> La iglesia se desarrolla en una planta rectangular de tres naves, cada una de las cuales remata en un altar, la nave central será flanqueada por una arcada sostenida por pilares de base y fuste cruciforme a los corintios; sobre el Altar Mayor dedicado el Calvario se encuentra la única cúpula de la Iglesia.		
<b>Fuente:</b> Resumen de Información propia		<b>Elaboración Propia</b>

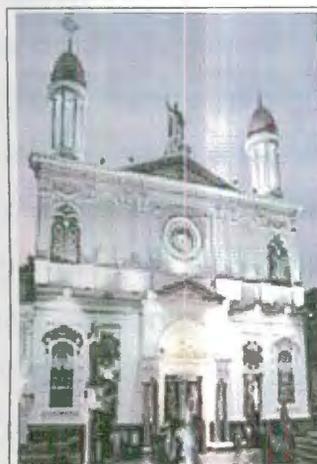
## Ilustración 1.1.5.16

## Fachada de Iglesia La Catedral

	<b>Ficha Informativa N°</b>	14
	<b>Nombre:</b>	La Catedral
	<b>Inauguración:</b>	2 de febrero de 1.695
	<b>Parroquia:</b>	Rocafuerte
	<b>Diseño:</b>	Bartola, Boyarda, Gherardi, Paolo Russo, Juan Orús, Alamiro González
	<b>Construcción:</b>	1.924 – 1.969
	<b>Ubicación:</b>	Calle Chimborazo entre Clemente Ballén y 10 de Agosto
<b>Historia:</b> Se constituye como centro y eje de desarrollo de la ciudad. Salvada de saqueos de los piratas y de los incendios, pero no escapó al paso del tiempo ya que, construida en madera, fue reconstruida en 1822; y en 1870, año en que se introdujo el reloj, fueron rediseñadas sus torres, fue en 1924 que se colocó la primera piedra para edificar la Catedral.		
<b>Descripción:</b> Su diseño estuvo a cargo de la Compañía Italiana Sociedad de General de Construcciones, su construcción es en cemento armado en estilo gótico. El interior se mantuvo con el esquema basilical con tres naves y cubiertas de dos aguas con un faldón.		
<b>Fuente:</b> Resumen de Información propia		<b>Elaboración Propia</b>

## Ilustración 1.1.5.17

## Fachada de Iglesia Santo Domingo



Ficha Informativa N°	16
Nombre:	Santo Domingo
Inauguración:	Año 1.574
Parroquia:	Rocafuerte
Diseño:	Pablo Russo
Construcción:	Año 1.937
Ubicación:	Calle Rocafuerte s/n

**Descripción:** Se llega a la Iglesia mediante una escalinata que termina en un atrio por encima del nivel de la calle que conduce al ingreso. La Iglesia Santo Domingo con sus hermosos retablos, y sus cúpulas, constituye junto a su entorno una de las obras religiosas más importantes de la ciudad, fundamentalmente porque en su sitio se erigió la iglesia más antigua de Guayaquil.

**Historia:** Dominicos erigieron su primer templo, el mismo que fue construido en madera y cubierta de paja. En 1624 fue destruida por los piratas, pero luego en 1693 cuando se crea la ciudad nueva, el Cabildo resuelve su traslado pero lo cual no se dio, por la oposición de la Congregación. Así que fue reconstruida luego del incendio de 1896 en el mismo lugar, en 1899 la iglesia fue reemplazada por una edificación de hormigón armado que se empezó a construir en 1937.

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

## Ilustración 1.1.5.18

## Fachada de Iglesia San Agustín



Ficha Informativa N°	17
Nombre:	San Agustín
Inauguración:	2 de julio de 1.926
Parroquia:	Roca
Construcción:	1.913 – 1.916
Ubicación:	Urdaneta y P. Moncayo

**Historia:** La comunidad agustina llegó a Guayaquil en 1.588 y en 1.594 ya habían levantado su primera capilla en madera y caña, misma que fue destruida en 1624 con el ataque de los piratas. Inmediatamente iniciaron una construcción en madera en 1651, y así en el siglo XVIII se trasladó a ciudad nueva, luego del incendio sucedido en 1896 se perdió nuevamente la iglesia por cuarta ocasión, y por quinta vez consecutiva fue construida en las afueras de la ciudad donde se encuentra actualmente y en 1913 fue colocada su primera piedra para su construcción íntegra en hormigón armado.

**Descripción:** La iglesia se desarrolla en cuerpo longitudinal dividido en tres naves, una central y dos laterales, cada una de las cuales terminan en un altar, la central ubicada dentro de un ábside semicircular se halla inmediatamente atrás en el anuncio rematado por la cúpula principal. En el exterior presenta una fachada, formada por un cuerpo central y dos laterales; hacia el centro se ubica el cuerpo principal enmarcado por una doble columna a cada lado. Sobre el cuerpo central descansa un ático coronado por una cúpula triangular en la cúspide del cual se aprecia la estatua de San Agustín. Los cuerpos laterales rematan mediante torres de base rectangular, sobre la que se observa el cuerpo circular de la torre ubicándose en la cúspide un cupulino.

Fuente: Resumen de Información propia

Elaboración Propia

Tomando en consideración los valores que representan las distintas obras arquitectónicas que ofrece la ciudad y las relaciones de los hombres para redescubrir ese conjunto de percepciones que se encuentran en la originalidad de la innovación de obras de teatro, especiales de danza y música que destacan el folklore guayaquileño, hace fundamental el rescate del arte comprendido entre el medio de la imaginación y los sentimientos que se pueden explotar a partir de la conjugación de diferente obras culturales y los sitios de gran realce arquitectónico de la ciudad, con el fin de hacer posible la expresión humana a través de representaciones artísticas.

Todas estas manifestaciones que plantean la idiosincrasia e inquietudes de los pueblos, su forma de vida, sus máximas manifestaciones en obras de arte por medio de novelas, pintura de murales, gestas históricas, se recuperaran en los tres grupos de arte que se propone rescatar en la agenda cultural 2006: obras teatrales, música y danza.

## **CAPÍTULO 2**

### **2. PROGRAMAS CULTURALES ESTABLECIDOS EN GUAYAQUIL**

#### **2.1. PROGRAMAS CULTURALES**

Los diferentes eventos culturales que se presentan y que se dan cita en la ciudad de Guayaquil, muestran un apoyo para la revalorización y búsqueda de una identidad escondida de los valores de sus pobladores.

Visitar una ciudad en tiempos de fiesta es conocer su idiosincrasia, porque en sus cantos, en sus bailes y en su vestimenta, se descubren sus costumbres, sus tristezas y sus alegrías. Los guayaquileños celebran sus fiestas con un entusiasmo desbordante porque cada poblador guarda su mejor vestuario y presentación, y todo la ciudadanía se organiza con anticipación suficiente para que nadie se quede sin comer ni beber.

En los tiempos prehispánicos se celebraban las fiestas cuando coincidían con la cosecha o el ciclo solar (invierno y verano). Pero, con la llegada de los españoles, la iglesia convirtió muchas celebraciones indígenas en días festivos católicos. Adicionándose los días cívicos recordados también con mucho orgullo y respeto.

Así se muestran programaciones tanto en festividades cívicas como en festividades católicas, como por ejemplo: La Semana Santa, La Fiesta de la Virgen del Carmen, el Día de Todos los Santos, el Día de Los Difuntos, La Presentación del Niño (Novena de Navidad).

El desarrollo de este conjunto de eventos es importante y estratégico. Pues la identidad, el espíritu cívico, y la fe católica de un pueblo no solo se obtienen por la simple pertenencia social a una comunidad, sino que además, hay que implementar procesos que permitan su incremento y perfeccionamiento. Se cree que con solo la contribución, trabajo solidario y colectivo del Municipio y otras instancias de carácter cultural, investigativo y educativo se puede mejorar la conciencia social y cívica de los guayaquileños así como revalorizar nuestra identidad.

Cada uno de los aportes cívicos, que cada una de estas entidades ha entregado a la sociedad guayaquileña, ha permitido ocupar un espacio importante en los medios de comunicación, estudiantes y la conciencia ciudadana en general, este el empeño diario que se espera seguir cumpliendo.

### **2.1.1. PROGRAMAS DIRIGIDOS POR ORGANISMOS ESTATALES**

Es importante resaltar la continuación con todos los programas estudiantiles de la M.I. Municipalidad de Guayaquil, la cual patrióticamente ha decidido implantar para

conmemorar nuestras fechas cívicas, así tenemos el establecimiento anual permanente del Concurso Estudiantil establecido por Fundación Miguel Aspiazu Carbo – Archivo Histórico del Guayas sobre la identidad guayaquileña, así también se puede ver como entidades estatales han logrado a través de universidades, fundaciones culturales, entre otras, exponer sobre temas socioculturales guayaquileños. Más aun hace falta la difusión y respaldo de nuestros medios de comunicación para que a más de tener pruebas y evidencias de la gran creación social y cultural por la que se está trabajando, se pueda desarrollar a la población hacia una cultura de mayor calidad.

La tabla que se muestra a continuación describe con exactitud las programaciones de los eventos presentados en el año 2004.

#### Ilustración 2.2.1.1. I

##### Programas Culturales de Organismos Públicos

<b>Programas Culturales Año 2004</b>			
Entidad	Eventos Culturales	Eventos	Total de Eventos
M.I. Ilustre Municipalidad de Guayaquil - Museo Municipal	25	43	68
Museo Antropológico y Artes Contemporáneas	23	52	75
Casa de la Cultura Ecuatoriana	3	3	6

Fuente: Cámara Provincial de Turismo del Guayas

Elaboración Propia

El cuadro anterior muestra los eventos programados por tres entidades públicas, de las cuales se ha clasificado sus programas de acuerdo al tipo de evento; aquellos que son solo de eventos culturales y los que son programación de seminarios,

conferencias, charlas de carácter formativo educacional para profesionales, entre otros<sup>5</sup>. Demostrando así que existe un alto número de eventos que se realizan durante un año calendario, pero que no todos son de carácter cultural, ocupando de esta manera la mayor parte de los eventos las programaciones de seminarios y conferencias que no está mal que se realicen, siempre y cuando tengan un objetivo cultural que es lo que se busca lograr con la implementación de nuevos eventos.

## 2.1.2. PROGRAMAS DIRIGIDOS POR ORGANISMOS 2.2 PRIVADOS

Al igual que en los eventos realizados por organismos públicos, se detalla a continuación el siguiente cuadro que muestra los eventos realizados en el año 2.004, por entidades privadas como: Alianza Francesa, Departamento Cultural de la ESPOL, los cuales son los organismos que causan mayor atención e interés en la ciudadanía.

Ilustración 2.2.1.2. II

### Programas Culturales de Organismos Privados

<b>Programas Culturales Año 2004</b>			
Entidad	Eventos Culturales	Eventos	Total de Eventos
Alianza Francesa	16	176	192
ESPOL	13	16	29

Fuente: Cámara Provincial de Turismo del Guayas

Elaboración Propia

<sup>5</sup> Para ver una agenda completa de los diferentes eventos culturales públicos o privados que existen en la ciudad, ir al ANEXO A

De acuerdo a la tabla anterior se puede apreciar que existe un número alto de eventos organizados por la Alianza Francesa, pero todos son dirigidos a la cultura francesa en sí, ya que como su nombre lo indica la entidad busca rescatar la identidad francesa en Guayaquil. En tanto que el Departamento Cultural de ESPOL dirige todos sus eventos al rescate del arte ecuatoriano y guayaquileño con la organización de actos y conciertos musicales que ayudan a revalorizar la música ecuatoriana y sobretodo el talento musical.

## **2.2. ANÁLISIS FODA DE LOS PROGRAMAS CULTURALES DIRIGIDOS POR ORGANISMOS ESTATALES Y PRIVADOS.**

De acuerdo al estudio de los programas de eventos culturales presentadas por cada una de las instituciones mencionadas se realiza el análisis FODA a continuación de los organismos públicos y privados.

### **Organismos Estatales**

#### Fortalezas

- Presentaciones gratuitas.- A pesar del bajo presupuesto con el que cuenta el Estado es factible que se desarrollen eventos que no tienen

costo alguno lo cual permite la participación del turista nacional y extranjero en dichos eventos, esto hace mucho más atractiva la asistencia y participación.

- Alianzas entre instituciones estatales como M.I. Municipalidad de Guayaquil que se asocia con el Museo del Banco Central para promover espacios culturales tales como exposiciones de pintura de fotografías, entre otras.
- Cuenta con escenarios regenerados: La regeneración urbana ha ayudado mucho al desarrollo de los parques y avenidas que en conjunto con los escenarios naturales que tiene la ciudad forman un todo para su realce.
- Programas aptos para todo público.- Presentan obras de teatro, conciertos musicales entre otros que permiten descubrir al niño y al adulto los valores que se poseen y costumbres tanto del pueblo guayaquileño como del extranjero.
- Creciente interés cultural.- Posibilidades de asistir a los eventos a personas de clases media y media baja con la finalidad de que aprendan e incrementen su nivel educacional cultural.
- Medios de publicidad y difusión.- Poseen la facilidad de difundir la publicidad del evento a realizarse

### Oportunidades

- Espacios Físicos.- Edificios espacios abiertos y cerrados remodelados que otorgan el ambiente necesario para cumplir con las expectativas de

los observadores de los eventos, aprovechando el ambiente natural para su regeneración.

- Espíritu Cívico.- Difusión no solo de entretenimiento sino también de enseñanza de los valores recuperables del ciudadano.
- Apoyo del Sector Privado.- Conformación de nuevas estrategias para el cumplimiento de programas para cumplir con la programación dispuesta.

### Debilidades

- Presupuesto deficiente.- Las instituciones estatales tienen que esperar respuesta del presupuesto que puedan otorgarle para realizar los eventos, frenando así algunos de los proyectos ya programados.
- Mala coordinación y desinterés de los organismos estatales.- Como institución estatal existe desinterés en la organización debido a la no respuesta o incentivos para que el empleado se desempeñe a cabalidad en sus funciones.
- Falta de promoción turística.- Teniendo la facilidad de realizar una promoción de la ciudad a través de los eventos no se realiza totalmente.
- Seguridad Personal.- La inseguridad forma parte del vivir cotidiano, así que forma parte también de una debilidad que hay que combatir.
- Aún existe mucho desinterés popular por los espectáculos.- Hay un espíritu cívico, el mismo que hay que aprovechar para incentivar a la ciudadanía a fomentar el amor a su ciudad.

### Amenazas

- Participación de otras instituciones.- Similitud en programas propuestos.
- Inestabilidad Política.- Ya que los eventos estarían programados en lugares públicos dependen inmediatamente de lo que pueda suceder, como marchas políticas, entre otras.
- Factores Naturales.- Si es realizado el evento en espacios abiertos corren el riesgo de poder estar sujetos a las lluvias o a altas temperaturas o bien a los fuertes rayos solares que muchas veces azotan a la ciudad, entre otros factores naturales como insectos.

### Organismos Privados

#### Fortalezas

- Buen nombre y prestigio.- Poseen un aval excelente que manejan en cada uno de los programas que lazan teniendo así la seriedad para cumplir los programas propuestos.
- Organización anual y planificación.- La planificación y el personal manejan un buen cronograma de actividades con seguimiento para desarrollarlas.
- Cuenta con escenarios propios.- Posee escenarios propios que realzan la belleza escénica para dar un toque atractivo al evento.
- Campañas de promoción y publicidad.- Apoyo de medios publicitarios para la difusión de los eventos.
- Servicio tangible, producto de utilidades, folletería, entre otros



### Oportunidades

- Crecimiento efectivo de eventos gracias a la regeneración urbana
- Espacios disponible para la realización de eventos
- Niveles económicos.- Existencia de medios altos y altos que son clientes potenciales
- Creciente turismo extranjero.- Gracias a la difusión llegan a la ciudad turistas nacionales y extranjeros para conocer su cultura.

### Debilidades

- Costo por servicio.- Financiamiento por el servicio adicional que se preste, contactos con empresas privadas para el cumplimiento de los servicios ofrecidos.
- Falta de financiamiento propio y limitado por elevado tasa de interés
- Presupuesto para cumplimiento del valor agregado (folletos y/o souvenirs)

### Amenazas

- Factores naturales.- Amenazas de desastres naturales
- Costos elevados.- Debido a la carestía de la vida, falta de dinero y atención de necesidades básicas.
- Falta de seriedad.- Se puede presentar el posible incumplimiento de contratos firmados para efectuar las presentaciones programadas.

- Participación del Gobierno.- La potencial participación del gobierno a través de la Subsecretaría de Turismo y M. I. Municipio que pueden restar mercado al inversionista privado.

## **CAPÍTULO 3**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

Para poder desarrollar de forma eficaz el programa de la agenda cultural para Guayaquil, es necesario que se analicen las expectativas y requerimientos que tienen los habitantes de la ciudad para con este tipo de eventos, para así enfocar esfuerzos hacia las verdaderas opciones que se presentarían, esto se logrará investigando las opiniones de los ciudadanos mediante un estudio de mercado que tenga objetivos claros y marcados, que permitan obtener información confiable y de primera mano. A partir de los resultados de este estudio se podrá proponer la agenda cultural, la cual estará orientada a satisfacer las necesidades de los guayaquileños.

#### **3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

##### **OBJETIVO GENERAL**

El objetivo general de este estudio es identificar cuales son los diferentes requerimientos, necesidades y expectativas de los habitantes de la ciudad, referente al aspecto cultural, eventos y sobre las diferentes opciones de desarrollo social que se podrían proponer para fomentar la cultura.

##### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Con referencia al objetivo general se han identificado los siguientes objetivos específicos, los cuales se buscan cumplir al realizar el estudio:

1. Identificar cuales serían para los habitantes guayaquileños los lugares más atractivos para realizar eventos culturales.
2. Calcular la frecuencia con que los habitantes de la ciudad asisten a los diferentes eventos que presentan en la ciudad.
3. Identificar cuales son para los guayaquileños los eventos de mayor importancia y el orden de importancia de estos.
4. Identificar cual sería el rango de precios más conveniente que los habitantes de la ciudad estarían dispuestos a pagar por asistir a los diferentes eventos culturales.
5. Identificar los días que según la ciudadanía considera más conveniente para realizar los diferentes eventos culturales.
6. Identificar los diferentes requerimientos que tienen los habitantes de la ciudad con respecto a los eventos culturales que se propondrían
7. Identificar si los habitantes estarían dispuestos a informarse y asistir a los eventos culturales que se programarían en la agenda cultural

### **3.2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO**

Para cumplir los objetivos estipulados en el apartado anterior, se ha establecido una serie de métodos y procedimientos de investigación de los cuales a partir de estos se preverá obtener información veraz y pertinente, lo que permita trazar directrices de trabajo mediante un plan concreto y orientado a las exigencias de los beneficiarios de los eventos y que permita alcanzar los objetivos propuestos tanto los generales como

específicos, generando toda la información necesaria para establecer la agenda cultural que sea sostenible en el largo plazo y sustentable.

Partir de esto se pretenderá recopilar información a través de fuentes primarias como las encuestas con el fin de establecer y determinar primordialmente las tendencias de las opiniones de los habitantes y que factores serían más interesantes tomar en cuenta para el diseño del programa, así tenemos que la orientación del estudio estará dirigido a obtener información pertinente sobre varias variables, estas variables son:

- Lugares de mayor concurrencia y de mayor factibilidad para la realización de eventos culturales.
- Frecuencia de concurrencia a los eventos culturales en la ciudad por parte de los habitantes de Guayaquil.
- Los tipos de eventos de mayor importancia en la ciudad.
- Los rangos factibles de precios para cada evento.
- Los días de mayor concurrencia para eventos culturales.
- A que tipo de edades infantiles sería conveniente dirigir también los eventos culturales.
- Los tipos de eventos infantiles que podrían proponerse.
- Los tipos de medio de difusión más convenientes para promocionar la agenda cultural.
- La frecuencia de promoción de la agenda cultural.

Así tenemos que para poder generar esta información es necesario, establecer el sistema de recolección de datos que se utilizarán:

1. Entrevistas y encuestas al mercado objetivo, es decir a los habitantes de la ciudad de Guayaquil. Esta encuesta será por medio de muestreo y de selección aleatoria, la cual será realizada en diferentes lugares de concurrencia pública.

El principal propósito de la técnica de la encuesta es obtener información detallada sobre las características, exigencias y opiniones de los habitantes de la ciudad y así poder determinar las cualidades que debe tener los distintos eventos para que se vayan a ofrecer y que éstos tengan una alta aceptación.

El método de la encuesta es una entrevista que se realizará a una determinada muestra escogida bajo el formato aleatorio, en distintos lugares de concentración. Para la investigación se tomará en cuenta los siguientes lugares para la recolección de la muestra:

- Malecón 2000
- Universidad Estatal
- Universidad Católica
- ESPOL
- CC San Marino
- CC Mall del Sol
- CC Mall del Sur
- CC Riocentro Sur

Estos lugares se han considerado, ya que son los lugares de mayor concurrencia dentro de la ciudad y además también los más representativos, ya que en estos podemos encontrar gente de variadas condiciones sociales, edades y de diferentes zonas de la ciudad.

Para la realización de la encuesta se tomará una muestra calculada de forma técnica, basada en la siguiente fórmula, la que es utilizada para poblaciones superiores a las 100.000 personas, lo cual es nuestro caso:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

p = Factor de ocurrencia es decir las personas asistan a los eventos.

q = Factor de no ocurrencia es decir las personas que no asistan a los eventos.

Z = nivel de confianza al 95.5%, lo cual es equivalente en la función de distribución para poblaciones normales al valor de 2, según la tabla de la distribución Z

e = el margen de error igual 5%, el cual es un margen de error aceptable.

Dado que para este caso no existe un estudio previo que determine el porcentaje de ocurrencia y no ocurrencia de la asistencia a los eventos por parte de los habitantes de la ciudad, se asume el 50% para los factores p y q, así que para determinar el número mínimo de encuestas a realizarse en GUAYAQUIL, tenemos:

$$n = \frac{2^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 400 \text{ INDIVIDUOS}$$

La cual como se dijo anteriormente la encuesta se realizó en lugares de concentración como centros comerciales, malecón y universidades.

Para este fin se ofrecerá un cuestionario<sup>6</sup> de alternativas para que los encuestados las contenten según su opinión personal, el tiempo de duración de cada encuesta será de 10 minutos. Las encuestas fueron realizadas a personas entre 15 y 60 años de edad, en los meses de septiembre de 2005 hasta octubre del mismo año.

A partir de esto toda la información recabada será tabulada<sup>7</sup>, mediante programas de computación como Excel y SPSS, con el fin de armar una tendencia y así potencializar el proyecto mediante estrategias que contemplen los requerimientos, necesidades, sugerencias y otros factores de importancia.

A partir de esta tabulación, obtendrá una serie de resultados estadísticos<sup>8</sup> como la media aritmética, la desviación estándar, los mínimos, máximos, los intervalos de confianza y otros resultados, los cuales serán la base para contrastar las hipótesis de la investigación<sup>9</sup> y analizar los resultados obtenidos, lo cual se verá mas adelante. Así tenemos que para el cálculo de datos y simulaciones se utilizará el programa MS EXCEL 2003, STATA 6, SPSS, entre otros.

---

<sup>6</sup> El cuestionario puede ser analizado en el ANEXO B

<sup>7</sup> La codificación de las variables y la tabulación de la encuesta podrá ser analizada en el ANEXO C

<sup>8</sup> Para poder ver los resultados estadísticos que se obtuvieron de la investigación ir al ANEXO D

<sup>9</sup> Las hipótesis de la investigación de mercado están en el ANEXO E

A partir de estos resultados se podrá ofrecer un informe que contendrá los diferentes análisis con respecto a los resultados y las interrelaciones entre las variables, para lo cual se utilizará cuadros, gráficos y análisis cuantitativo con base estadística, con lo que finalmente se obtendrán las conclusiones del estudio.

Las conclusiones y recomendaciones que se obtengan del estudio de mercado serán la base para poder diseñar la agenda, así como planes de trabajo que permitan lograr las metas, potenciar las fortalezas y oportunidades y aplacar las amenazas y debilidades.

### **3.3. ANÁLISIS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

El análisis de los resultados será en base a los datos obtenidos a partir del estudio de mercado, estos datos servirán para contrastar las hipótesis que se propusieron anteriormente y en base a esto ofrecer las conclusiones que se obtienen de estos contrastes, así como analizar exhaustivamente los diferentes valores estadísticos que se arrojaron con respecto a las opiniones de los habitantes de la ciudad.

#### **CONTRASTE DE LA HIPÓTESIS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

En base a los resultados de las diferentes preguntas y a las hipótesis tenemos lo siguiente:

- 1. El lugar más atractivo para realizar un evento cultural es la explanada del MAAC**

Según los resultados que se pueden ver de la pregunta 1 y con los cuales se contrastara esta hipótesis, se tiene que esta hipótesis es aceptada, ya que los resultados de esta pregunta indican que en promedio los habitantes de la ciudad prefieren para los eventos culturales el MAAC, tal como lo muestra la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.I**

**Estadísticas de Selección de lugar para eventos**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Media entera	hipótesis	contraste
400	1	6	2.385	1.09075633	2	2	acepto

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

En la cual se puede notar que el promedio (mean) es de 2.385 y tiende a 2 tal como lo muestra la media entera. Dado la hipótesis que implicaba que la preferencia era por la explanada del MAAC (opción 2), se puede ver que se acepta la hipótesis.

Al mismo tiempo podemos cuales son los resultados por cada opción:

**Ilustración 3.3.3.II**

**Opciones de Lugares para Eventos**

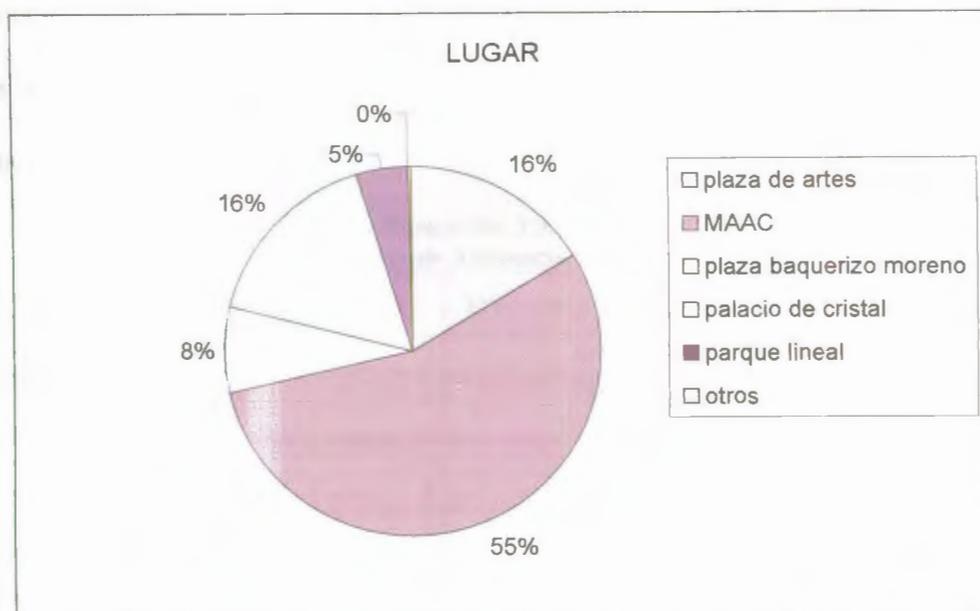
Lugar de Preferencia	Opciones	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Plaza de Artes	1	65	16.25	16.25
MAAC	2	220	55	71.25
Plaza Baquerizo Moreno	3	31	7.75	79
Palacio de Cristal	4	65	16.25	95.25
Parque Lineal	5	18	4.5	99.75
Otros	6	1	0.25	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Nótese que el MAAC tiene una preferencia alta, ya que 220 encuestados prefirieron a este sitio, lo cual se lo puede analizar mejor desde el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.1**  
**Gráfico de Preferencia del Lugar**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Tal como lo muestra el gráfico, la mayor proporción lo mantiene el MAAC, el cual mantiene un porcentaje del 55% aproximadamente, tal como se puede ver.

## 2. Los habitantes de la ciudad asisten en promedio una vez al mes a los diferentes eventos culturales

Con respecto a esta hipótesis, se contrastará con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 2, por lo que dado estos resultados se tiene que la hipótesis se rechaza, ya que los habitantes indican que estos tienden a ir a los eventos culturales una vez cada 6 meses y no una vez como se suponía, tal como se muestra en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.III**

### Estadísticas de la Frecuencia de Asistencia a Eventos

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Media entera	hipótesis	contraste
400	1	6	2.875	1.43859267	3	1	rechazo

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede ver en promedio (mean) la gente va cada 6 meses a los eventos culturales (mean 2.875 o media entera 3), lo cual indica que la hipótesis es rechazada, pues la preferencia indica otro tipo de tendencia, tal como se lo puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.IV**  
**Opciones de Asistencia a Eventos**

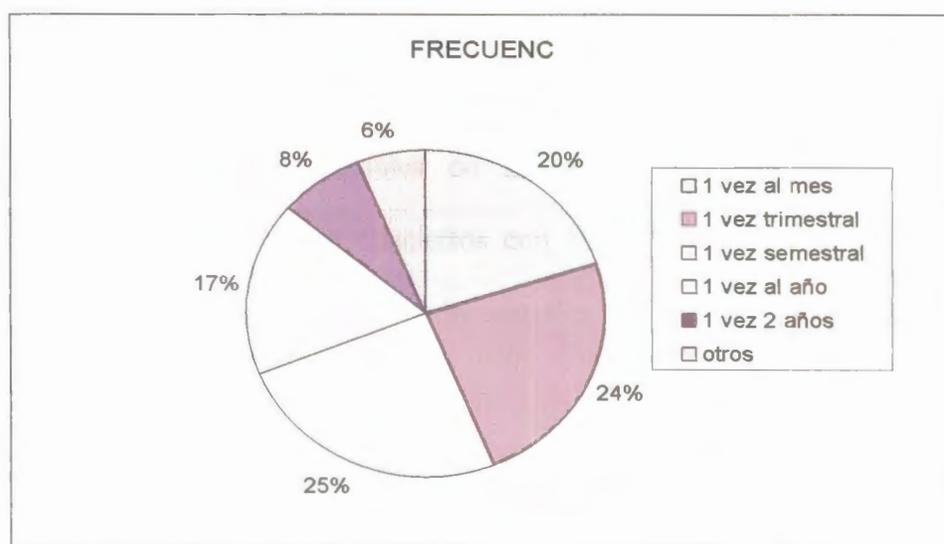
Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative Percent
1 vez al mes	1	80	20	20
1 vez trimestral	2	95	23.75	43.75
1 vez semestral	3	101	25.25	69
1 vez al año	4	68	17	86
1 vez 2 años	5	31	7.75	93.75
otros	6	25	6.25	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede ver en la tabla, la preferencia está marcada hacia una frecuencia de 3 y 6 meses, la preferencia muestra también una similitud entre los resultados de la opción 2 y 3, lo cual puede verse en el siguiente gráfico que muestra los porcentajes:

**Ilustración 3.3.3.2**  
**Gráfico de Frecuencia de Asistencia a Eventos**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Nótese que los porcentajes de las opciones de 3 y 5 meses son cercanas. Inclusive podemos notar que existe un porcentaje del 20% que indica que va cada mes a los eventos, aunque no los suficientes para ser la mayoría.

### **3. Los eventos de mayor importancia son los conciertos y danza, las obras de teatro y las exposiciones artísticas, en ese orden**

Con respecto a esta hipótesis, la contrastaremos con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 3, lo que a partir de los resultados se tiene que esta hipótesis se acepta, ya que como podemos ver en la siguiente tabla los resultados indican que a partir de la sumatoria, se obtuvo que los encuestados ofrecían una mayor calificación a los conciertos, obras y exposiciones:

**Ilustración 3.3.3.V**  
**Estadísticas de Selección de Eventos**

<b>OPCIONES</b>	<b>CONCIERTO</b>	<b>CHARLA</b>	<b>RECORRIDOS</b>	<b>OBRAS</b>	<b>EXPOSICIONES</b>	<b>BIENAL</b>
<b>SUMA</b>	1523	1416	1365	1443	1428	1225
<b>POSICIÓN</b>	6	3	2	5	4	1

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Tal como se puede analizar, podemos ver que la sumatoria indica que las variables de mayor puntaje (aquellas variables de mayor puntaje, son las que recibieron calificaciones mas altas), son conciertos con 1.523 puntos lo que lo localiza a la cabeza de la lista, seguido de las obras teatrales y luego con las exposiciones. Esto puede ilustrarse en el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.3**  
**Gráfico de eventos propuestos**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Podemos desprender que este gráfico indica la preferencia de la gente, mas también podemos ver que las exposiciones, las obras y las charlas tienen una diferencia mínima en puntaje, mas si se puede puntualizar que lo que más disfrutaban los guayaquileños son de los conciertos y la danza.

**4. La gente esta dispuesta a pagar por los conciertos y obras de danza 12.5 dólares**

Con respecto a esta hipótesis, se contrastará con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 4, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta se puede decir que esta hipótesis se rechaza, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.VI**  
**Estadísticas de Asistencia a Conciertos**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Rango min.	Rango máx.	hipótesis	contraste
400	7.5	17.5	8.625	2.85126275	8.34	8.91	12.5	rechazo

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Según estos resultados, en promedio los encuestados dijeron que estaban dispuestos a pagar hasta 9 dólares (ver rango máximo que indica un valor de 8.91), con un promedio de 8.63 dólares, lo que está muy lejos del valor de 12.5 que se pensaba, por lo que se rechaza la hipótesis.

Adicionalmente se tiene que la preferencia de los encuestados es abrumadora al mostrar la tendencia hacia los valores más bajos, tal como se lo puede ver en la siguiente tabla de frecuencias:

**Ilustración 3.3.3.VII**  
**Costos por Conciertos**

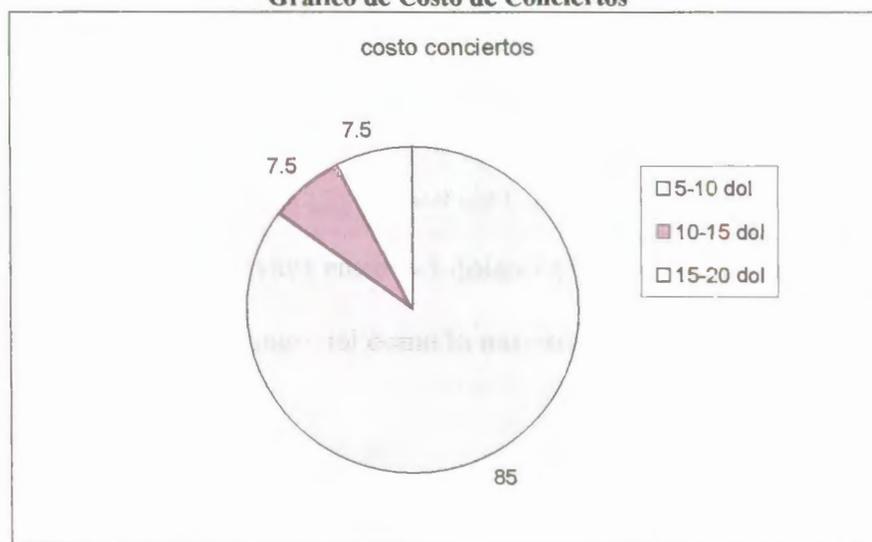
Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative percent
5-10 dólares	7.5	340	85	85
10-15 dólares	12.5	30	7.5	92.5
15-20 dólares	17.5	30	7.5	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Tal como se puede ver el 85% indica que desea precios de 5-10 dólares, por lo que tan solo un 15% desearía precios superiores, tal como lo muestra el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.4**  
**Gráfico de Costo de Conciertos**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

### 5. La gente está dispuesta a pagar por las charlas didácticas 6 dólares.

Con respecto a esta hipótesis, se contrastará con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 4, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta se puede decir que esta hipótesis se rechaza, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.VIII**  
Estadísticas de Asistencia a Charlas

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Rango min.	Rango máx.	hipótesis	contraste
400	4	9	4.295	0.93817666	4.201	4.389	6	rechazo

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede ver, en promedio los encuestado opinaron que podrían pagar un máximo de 4.4 dólares tal como se puede ver en el rango máximo, lo cual es un valor mucho menor que el de 6 dólares que se propone, así los encuestados proponen un valor promedio de 4.3, lo que indica que existe una tendencia hacia los valores bajos, tal como lo muestra la siguiente tabla de frecuencias:

**Ilustración 3.3.3.IX**  
Costos por Charlas

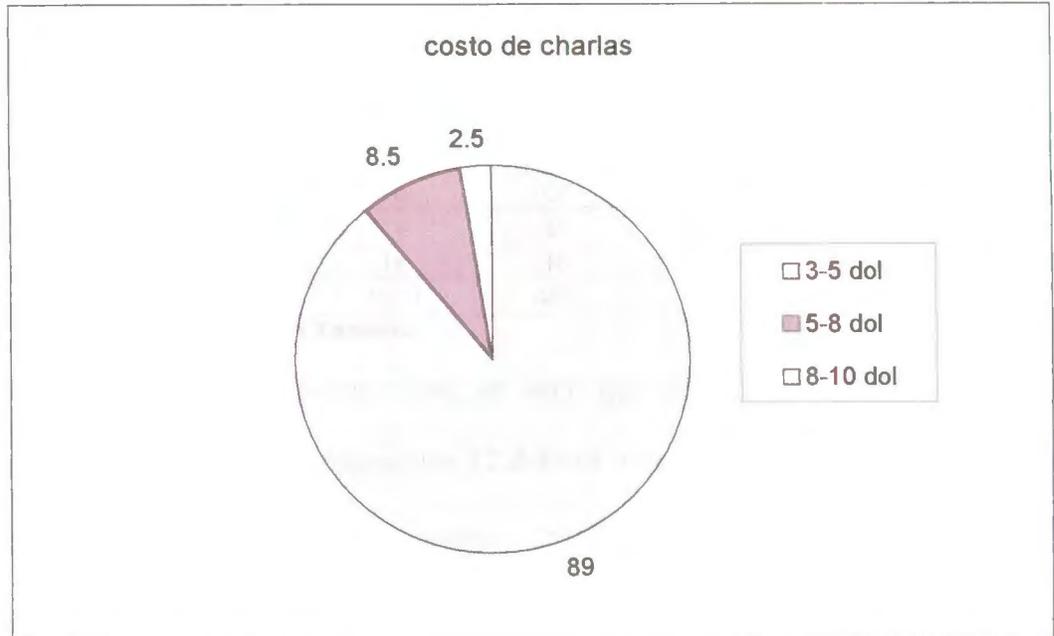
Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative Percent
3-5 dólares	4	356	89	89
5-8 dólares	6	34	8.5	97.5
8-10 dólares	9	10	2.5	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

A partir de estos resultados se puede concluir que el 89% de los encuestados indican que desean un precio que vaya entre 3-5 dólares y tan solo un 11% desea que hubiese valores superiores a este rango, tal como lo muestra este gráfico:

**Ilustración 3.3.3.5**  
**Gráfico de Costo de Charlas**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

**6. La gente está dispuesta a pagar por los Recorridos Guiados 14 dólares**

Con respecto a esta hipótesis, se contrastará con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 4, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta se puede decir que esta hipótesis se rechaza, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.X**  
**Estadísticas de Asistencia a Recorridos Guiados**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Rango min.	Rango máx.	hipótesis	contraste
400	10	18	10.64	1.89720808	10.45	10.83	14	rechazo

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede mostrar, la tendencia indica que en promedio los encuestados proponen un precio promedio de 10.64 dólares con un rango de 10.45 – 10.83, lo cual está por debajo de la hipótesis requerida, al mismo tiempo se puede ver que la

preferencia indica un 88.5% para las costos más bajos (8-12 dólares), tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XI**  
**Costos por Recorridos Guiados**

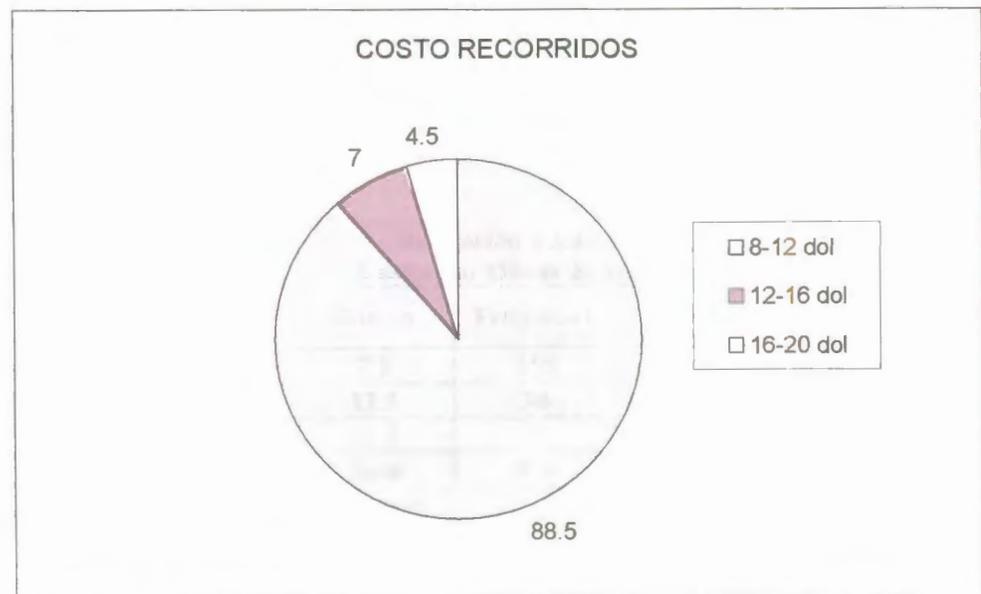
Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative percent
8-12 dólares	10	354	88.5	88.5
12-16 dólares	14	28	7	95.5
16-20 dólares	18	18	4.5	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como puede notarse de esta tabla, se tiene que 354 individuos contestaron que querían precios que no superasen los 12 dólares, por el contrario un 11.5% indicaron que querían precios superiores, tal como se puede ver en el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.6**  
**Gráfico de Costo de Recorridos Guiados**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

7. La gente está dispuesta a pagar por las obras de teatro 12.5 dólares

Con respecto a esta hipótesis, se podrá contrastar con los resultados que se

obtuvieron de la pregunta 4, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta se puede decir que esta hipótesis se rechaza, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XII**  
**Estadísticas de Asistencia a Obras de Teatro**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Rango min.	Rango máx.	hipótesis	contraste
400	7.5	17.5	8.25	2.25281778	8.025	8.475	12.5	rechazo

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Tal como se puede ver, la tendencia indica que los encuestados prefieren un precio promedio de 8.25 y que este precio no supere los 8.5 dólares, tal como se lo puede ver en el rango máximo.

Así mismo puede verse las preferencias de los encuestados por los diferentes rubros, el cual muestra que el 88.75% indica que prefiere el rango más bajo y tan solo un 11.25% prefieren precios mayores a 10 dólares, tal como lo muestra la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XIII**  
**Costos por Obras de Teatro**

Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative percent
5-10 dólares	7.5	355	88.75	88.75
10-15 dólares	12.5	30	7.5	96.25
15-20 dólares	17.5	15	3.75	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede ver 355 individuos indican que prefieren el rango de 5-10 dólares como costo de las obras de teatro, lo cual indica una preferencia sobre los precios bajos, lo cual puede verse en el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.7**  
**Gráfico de Costo de Obras de Teatro**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

### 8. La gente está dispuesta a pagar por las exposiciones artísticas 10 dólares

Con respecto a esta hipótesis, se contrastará con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 4, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta podemos decir que esta hipótesis se rechaza, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XIV**  
**Estadísticas de Asistencia a Exposiciones**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Rango min.	Rango máx.	hipótesis	contraste
400	6.5	13.5	6.99	1.58822421	6.831	7.149	10	rechazo

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Nótese que la tendencia indica que los encuestados prefieren un precio aproximado de 7 dólares y que éste no supere lo 7.15 dólares, es decir que este costo está por debajo de los 10 dólares que se tenían anteriormente.

Así tenemos que las preferencias indican precios bajos, de tal forma que el 90.25% indica que prefieren precios de 5-10 dólares, tal como lo indica la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XV**  
**Costos por Exposiciones**

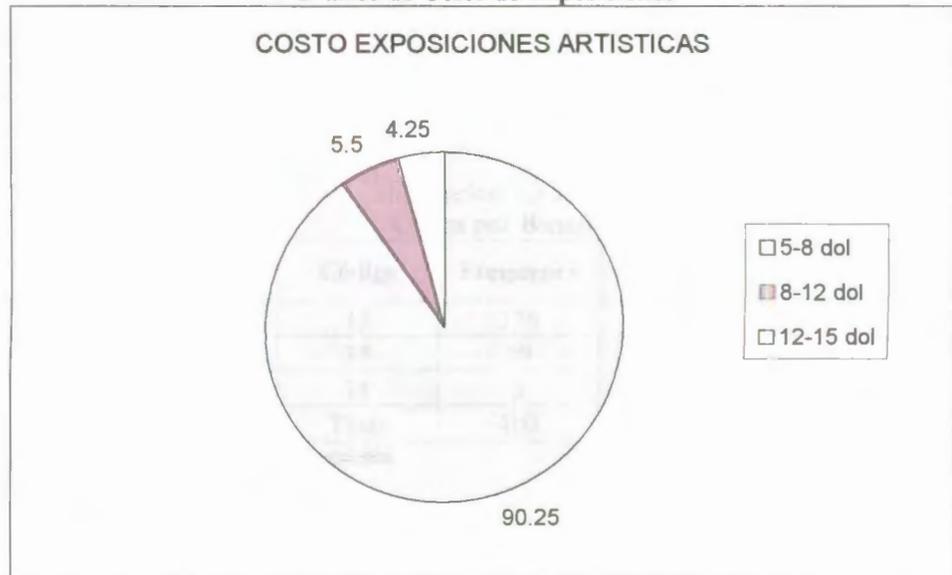
Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative percent
5-8 dólares	6.5	361	90.25	90.25
8-12 dólares	10	22	5.5	95.75
12-15 dólares	13.5	17	4.25	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Nótese que 361 individuos prefieren los precios de la escala más baja y tan solo el 9.75% indican que preferirían precios superiores a 10 dólares, lo cual se puede apreciar con el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.8**  
**Gráfico de Costo de Exposiciones**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

**9. La gente está dispuesta a pagar por las bienales 25 dólares**

Con respecto a esta hipótesis, se podrá contrastar con los resultados que se obtuvieron

de la pregunta 4, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta se puede decir que esta hipótesis se rechaza, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XVI**  
**Estadísticas de Asistencia a Bienales**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Rango min.	Rango máx.	hipótesis	contraste
400	15	35	15.725	3.04096921	15.421	16.029	25	rechazo

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Tal como se puede ver, la tendencia indica que en promedio los encuestados contestaron que deseaban no pagar más de 16 dólares y con una media de 15.72 dólares, lo cual es menor a la hipótesis que se propuso de 25 dólares.

Así mismo puede verse que las preferencias indican que el 94% de los encuestados prefieren un rango de precios entre 10-20 dólares, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XVII**  
**Costos por Bienales**

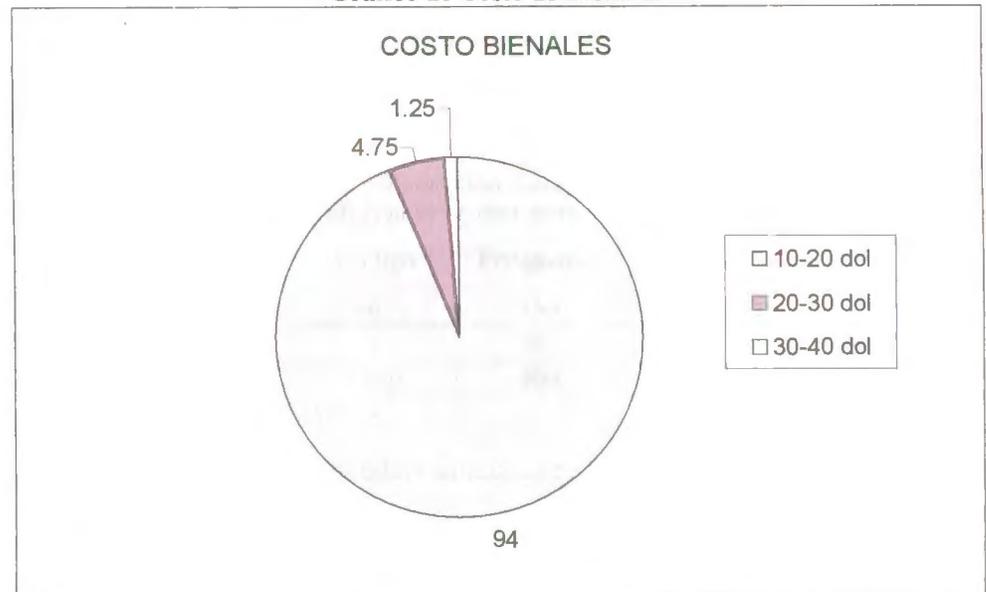
Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative percent
10-20 dólares	15	376	94	94
20-30 dólares	25	19	4.75	98.75
30-40 dólares	35	5	1.25	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como puede verse 376 individuos mantienen una preferencia por valores de precios bajos, por lo que tan solo un 6% de los encuestados prefieren a precios superiores a 20 dólares, tal como se puede ver en el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.9**  
**Gráfico de Costo de Bienales**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

### 10. La gente prefiere que los eventos sean presentados los fines de semana

Con respecto a esta hipótesis, se contrastará con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 5, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta se puede decir que esta hipótesis se acepta, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XVIII**  
**Estadísticas por días de presentación de eventos**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Media entera	hipótesis	Contraste
400	0	1	0.125	0.33113309	0	0	Acepto

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede ver, la tendencia indica que tan solo el 12.5% preferiría que los eventos fuesen realizados entre semana, lo cual indica que el 87.5% prefiere que los eventos sean los fines de semana.

Así mismo se puede ver en la siguiente tabla, que 350 encuestados indican la preferencia por la opción que indica que los eventos serían convenientes mejor los fines de semana (código 0), con lo cual se tiene que la hipótesis se acepta.

**Ilustración 3.3.3.XIX**  
**Resultados de preferencia de días para presentación de eventos**

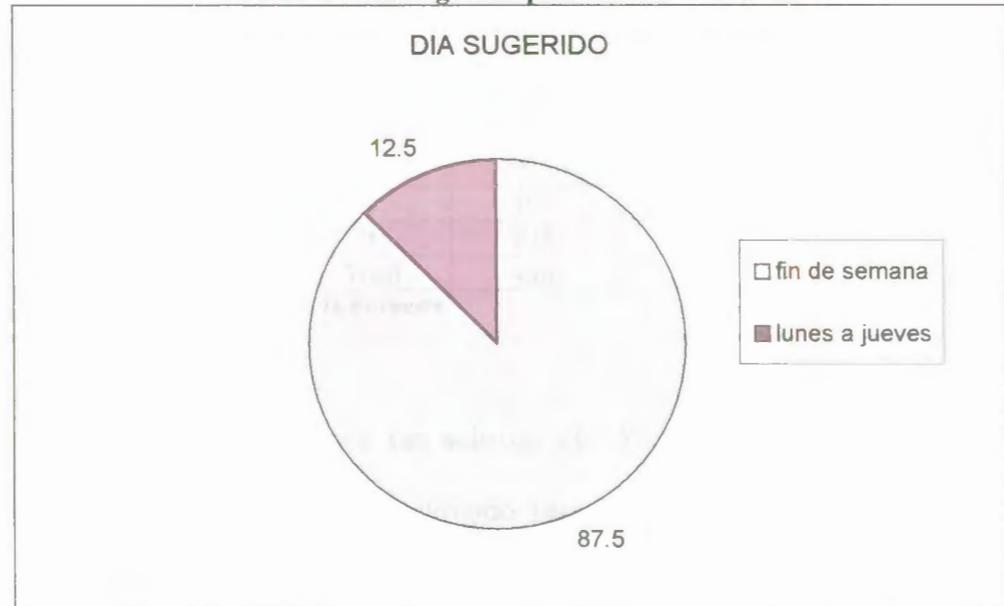
Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative percent
Fines de semana	0	350	87.5	87.5
Entre semana	1	50	12.5	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Estas conclusiones también pueden analizarse desde un gráfico, en el cual puede verse que la diferencia es bastante alta, con lo cual debe de concluirse que los eventos deben de ser realizados los fines de semana.

**Ilustración 3.3.3.10**  
**Gráfico de Días Sugeridos presentación de eventos**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

- Los encuestados desean que estos tipos de eventos también sean dirigidos para niños de 8-12 años.

Con respecto a esta hipótesis, se la contrastará con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 6, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta podemos decir que esta hipótesis se acepta, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XX**  
**Estadísticas de acogida de eventos dirigidos a niños**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Media entera	hipótesis	contraste
400	0	1	0.7375	0.44054392	1	1	acepto

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede ver, la tendencia indica que el 73.75% prefiere que los eventos sean dirigidos para niños de 8-12 años, con lo cual queda confirmado que se acepta la hipótesis. Al mismo tiempo se puede analizar que 295 encuestados contestaron que la opción 1 era la más conveniente, tal como se ve en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XXI**  
**Resultados de acogida de eventos infantiles**

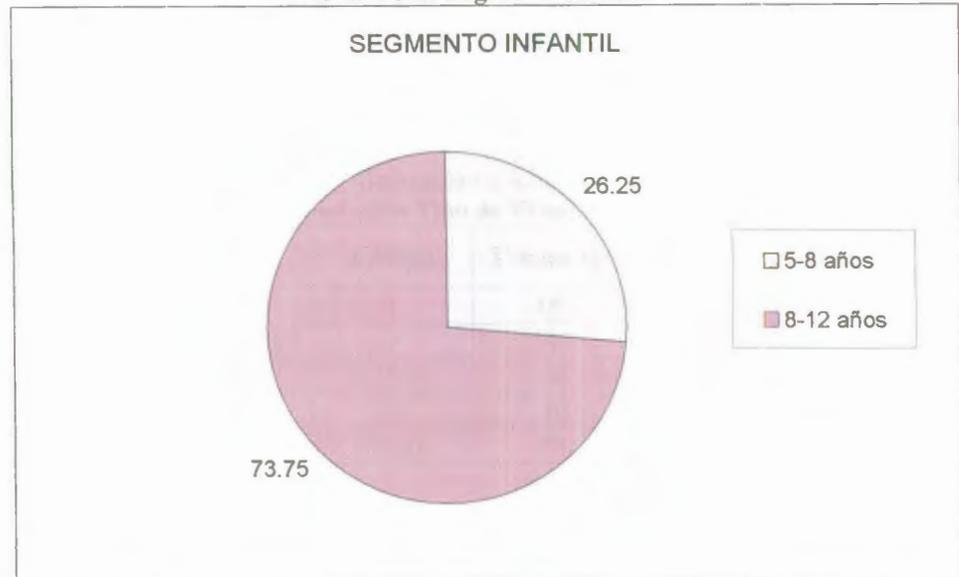
Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative percent
5-8 años	0	105	26.25	26.25
8-12 años	1	295	73.75	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Así mismo se puede ver que tan solo un 26.25% de los encuestados indican que preferirían que los eventos sean dirigido para un público menor (5-8 años), lo cual puede verse en el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.11**  
**Gráfico de Segmento Infantil**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

## 12. Los encuestados prefieren que los eventos de teatro para público infantil sean de títeres

Con respecto a esta hipótesis, se contrastará con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 7, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta se puede decir que esta hipótesis se rechaza, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XXII**  
**Estadísticas de tipo de eventos infantiles**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Media entera	hipótesis	contraste
400	1	4	1.7275	0.68514035	2	1	rechazo

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede ver, la tendencia indica que en promedio los encuestados prefieren a las actuaciones y personificaciones (opción 2), ya que la media es de 1.73 o tiende a 2, lo que es distinto a la opción 1 que se indicaba anteriormente.

Así mismo se puede ver las preferencias por cada opción y como se puede observar el 53.25% de los encuestados indican que prefieren la opción de personificaciones, lo cual puede verse en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XXIII**  
**Resultados Tipo de Eventos Infantil**

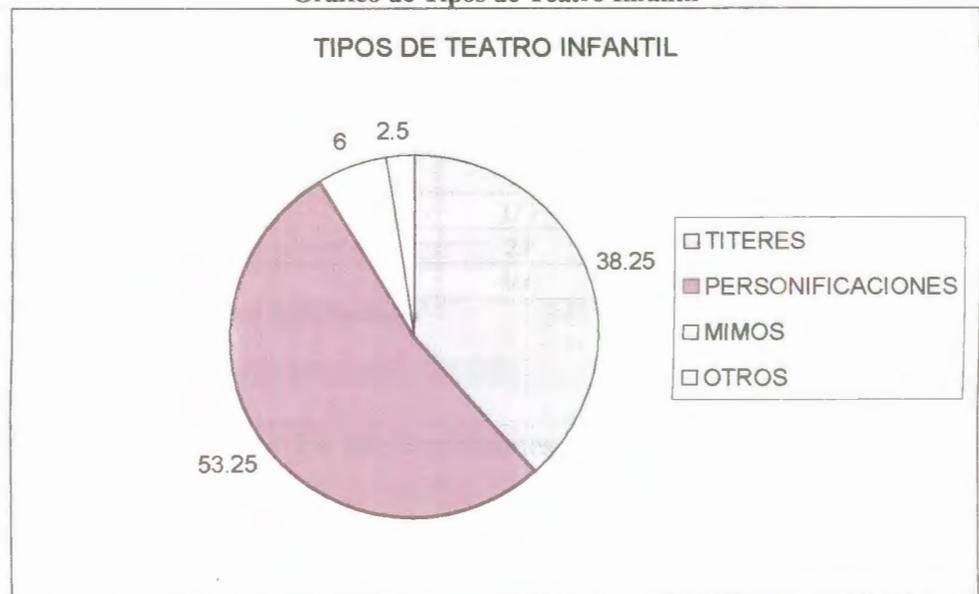
Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative percent
TITERES	1	153	38.25	38.25
PERSONIFICACIONES	2	213	53.25	91.5
MIMOS	3	24	6	97.5
OTROS	4	10	2.5	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Al mismo tiempo se puede desprender de este análisis que mas del 90% indican que preferirían títeres y personificaciones, lo que resulta que estos son los porcentajes más fuertes dentro de las opciones expuestas, tal como se puede ver en el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.12**  
**Gráfico de Tipos de Teatro Infantil**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

**13. Los encuestados prefieren como medio de promoción para la agenda cultural los diarios o periódicos**

Con respecto a esta hipótesis, se contrastará con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 8, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta podemos decir que esta hipótesis se rechaza, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XXIV**  
**Estadísticas de Medios de Promoción de Agenda Cultural**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Media entera	hipótesis	contraste
400	1	4	2.1	0.96036752	2	3	rechazo

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede ver, la tendencia indica que los encuestados prefieren en promedio la opción 2, por lo que relativamente la hipótesis se rechaza, mas se pueden desprender resultados interesantes a partir de la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XXV**  
**Resultados Tipos de Promoción de Agenda Cultural**

Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative percent
televisión	1	143	35.75	35.75
radio	2	97	24.25	60
diarios	3	137	34.25	94.25
revistas	4	23	5.75	100
	Total	400	100	

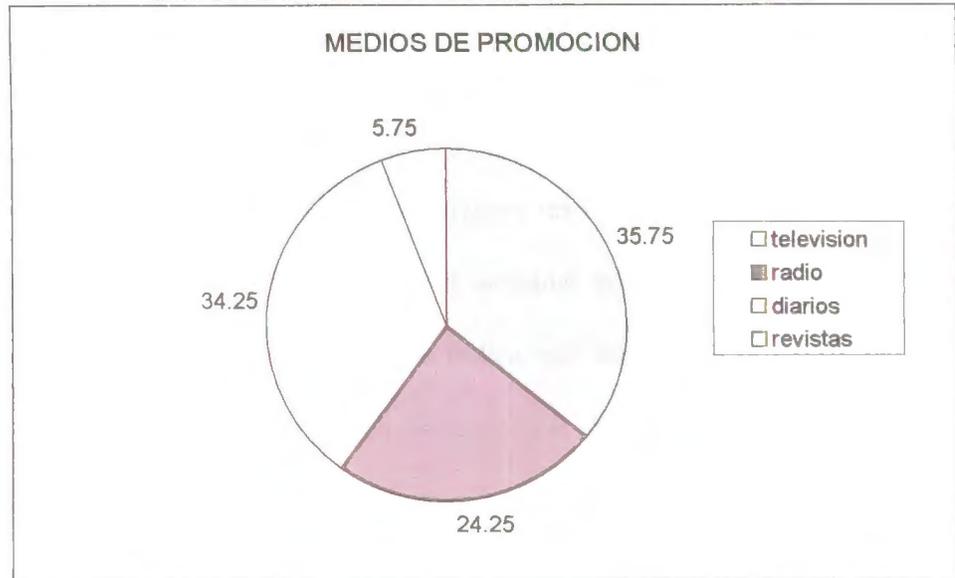
Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede observar los más importantes resultados son los medios de televisión con 143 encuestados (35.75%) y los diarios o periódicos con 137 encuestados (34.25%), lo que indica que aunque la hipótesis muestra que en promedio la radio era

la preferida, es en verdad la televisión y los diarios los que tienen los porcentajes de mayor preferencia, tal como se puede ver en el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.13**  
**Gráfico de Medios de Promoción de Información Cultural**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

**14. La frecuencia con que a los habitantes les gustaría recibir información o promoción sobre la agenda cultural es de forma semanal**

Con respecto a esta hipótesis, se la contrastará con los resultados que se obtuvieron de la pregunta 9, así que en base a los resultados obtenidos de esta pregunta se puede decir que esta hipótesis se rechaza, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XXVI**  
**Estadísticas de frecuencia de promoción de agenda cultural**

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Rango mín.	Rango máx.	hipótesis	contraste
400	1	5	1.7225	0.89021061	-	-	1	rechazo

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Tal como se puede ver en los resultados, la tendencia indica que los encuestados prefieren que la información que sea entregada a través de los medios sobre la agenda cultural sea de forma mensual, por lo que relativamente la hipótesis se rechaza, mas se pueden desprender resultados interesantes a partir de la siguiente tabla:

**Ilustración 3.3.3.XXVII**  
**Resultados de Frecuencia de Promoción de Agenda**

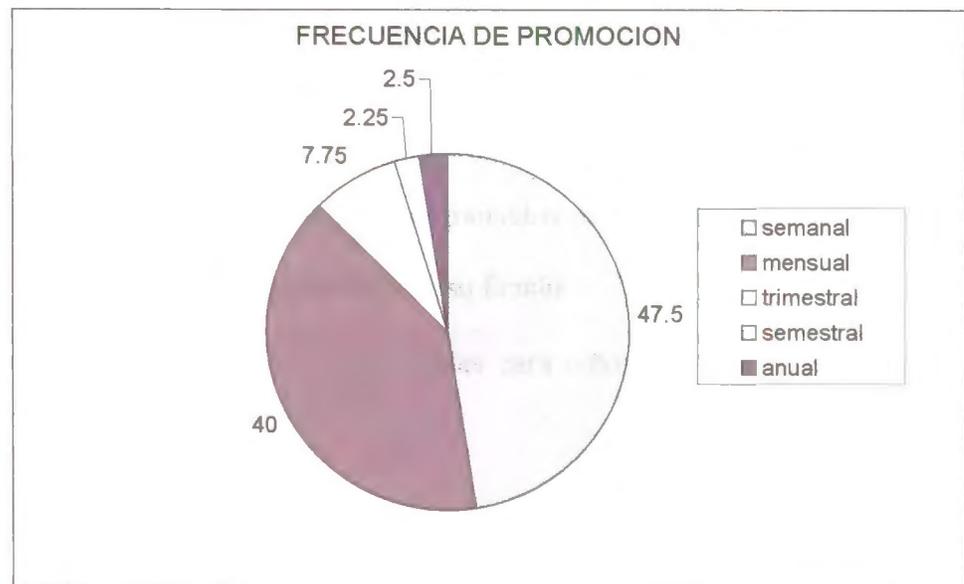
Opciones	Código	Frequency	Percent	Cumulative percent
semanal	1	190	47.5	47.5
mensual	2	160	40	87.5
trimestral	3	31	7.75	95.25
semestral	4	9	2.25	97.5
anual	5	10	2.5	100
	Total	400	100	

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Como se puede observar los más importantes resultados son los que muestran que la información debe ser entrega de forma semanal con 190 encuestados y de forma mensual con 160 encuestados, lo que indica que aunque la hipótesis indica que en promedio los encuestados prefieren promociones mensuales, en verdad la mayoría de los encuestados prefieren que la información se mostrada de forma semanal pues este tiene el porcentaje de mayor preferencia, tal como se puede ver en el siguiente gráfico:

**Ilustración 3.3.3.14**  
**Gráfico de Frecuencia de Promoción de Agenda Cultural**



Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- El lugar de mayor preferencia es EL MAAC, por lo que la mayoría de los eventos deberían ser realizados en ese lugar.
- Los habitantes de la ciudad de Guayaquil van a eventos culturales al menos una vez cada 6 meses, lo cual significa que se tiene una importante participación de los habitantes e indica que si puede existir el mercado suficiente para esta clase de eventos.
- Los eventos de mayor importancia son los conciertos y eventos de danza, las obras teatrales y exposiciones artísticas, por lo que la agenda cultural debe de estar enfocada a resaltar este tipo de eventos.
- Para cualquier tipo de evento, se debe de mantener precios accesibles a la ciudadanía, incluso menores a los promedios que arrojó el estudio de mercado, ya que los habitantes mostraron un importante tendencia a los precios bajos y estos deben ser competitivos con respecto a otros eventos, de tal forma que ningún evento muestre altos costos a la taquilla y así lograr que la ciudadanía pueda acudir en forma masiva.
- Los eventos deben de ser programados para los fines de semana, para que los ciudadanos puedan acudir con su familia.
- También se pueden dirigir obras para niños, en especial para niños de 8-12 años.
- Las obras para niños deben de ser de tipo títeres y principalmente de tipo de personificación.

- Los medios preferidos para la difusión de la agenda cultural son la televisión y los diarios.
- La frecuencia de difusión para la agenda puede ser semanal o mensual, aunque preferiblemente debe ser semanal ya que mediante esta se obtiene una mejor recepción del mensaje por parte del público y una mayor capacidad de recordación ya que bien puede promocionarse la agenda desde los días miércoles, jueves o viernes para la gente acuda los viernes, sábados y domingos.

En base a estas conclusiones y recomendaciones se diseñará el plan de desarrollo cultural y la agenda para la ciudad de Guayaquil 2006, en la cual se tomará en cuenta todos los resultados que se obtuvieron de este estudio y así proponer una plan que cumpla los objetivos propuestos.

## **CAPITULO 4**

### **4. PLAN DE DESARROLLO Y DISEÑO DE LA AGENDA CULTURAL**

#### **4.1. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA NUEVA AGENDA CULTURAL DE GUAYAQUIL**

##### **MISIÓN DE LA AGENDA**

Fomentar el arte y recuperar la identidad cultural de Guayaquil para rescatar los valores y costumbres de su gente, por medio de la enseñanza artística, la realización de festivales y eventos de música, danza y teatro, de tal forma que se favorezca la educación formal de la cultura para el ciudadano común y los turistas.

##### **VISIÓN DE LA AGENDA**

Lograr que los ciudadanos recuperen su identidad cultural a partir de los eventos que se programen y que por medio de la agenda cultural se logre rescatar los más importantes valores y costumbres de los guayaquileños.

## OBJETIVOS GENERALES DEL PROYECTO

- Mayor participación ciudadana en los eventos culturales de la ciudad.
- Aumento de la cultura en los habitantes de la ciudad.
- Aumento del atractivo turístico de la ciudad de Guayaquil.
- Mejora de la imagen de la ciudad.
- Aumento de las actividades culturales en la ciudad de Guayaquil.

## DEFINICIÓN BÁSICA DE LA AGENDA CULTURAL DE GUAYAQUIL

Dado que actualmente se ha identificado que la ciudadanía requiere de eventos que realcen el civismo, la cultura y el arte, es necesario que se establezca un programa que se dirija a fomentar los valores y las costumbres.

Para esto se ha decidido establecer una nueva agenda cultural de Guayaquil, la cual pretenderá rescatar factores como la historia de Guayaquil, aspectos sociales, costumbres y el arte, por medio de la concepción de eventos artísticos como la música, el teatro y la danza.

Basado en esto y en los planes de desarrollo de la cultura que promueve la M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL, se tiene como fin crear una fundación que

maneeje la agenda cultural de la ciudad de forma eficiente y efectiva, la cual estará en coordinación con los diferentes organismos gubernamentales, municipales y privados que apoyan al turismo y a la cultura, para que el trabajo de la fundación logre los objetivos propuestos.

Se ha considerado crear una fundación, ya que esta puede recoger aportes de la ciudadanía y aportes gubernamentales, lo cuales pueden facilitar la gestión y la puesta en marcha del proyecto e inclusive facilitar la cooperación y coordinación con los organismos públicos y privados que tengan que ver con la difusión de la cultura y el fomento del turismo.

Esta fundación estará encargada de la agenda cultural, la cual presentará eventos que estén dedicados a rescatar la cultura de los guayaquileños, los cuales se enmarcaran en 3 ejes de acción específicos:

- Aspectos artísticos
- Aspectos históricos de la ciudad
- Aspectos socio-culturales de la ciudad: vida en la ciudad y leyendas urbanas

Así tenemos que esta fundación estará conformada por el siguiente personal:

- Presidente
- Asistente de la presidencia
- Secretaria de la presidencia

- Contador
- Relacionista público
- Coordinador de eventos
- Secretaria del relacionista público
- Diseñador gráfico y multimedia
- Secretaria del coordinador de eventos

Basándose en esto, se ha considerado desarrollar una serie de eventos en localizaciones específicas y de interés para la ciudadanía, de tal forma que muestren los aspectos históricos y socio-culturales de la ciudad, mediante una variedad de eventos artísticos como la música, la danza y el teatro, enfocando estos eventos a diversos tipos de público e inclusive al público infantil, mediante actos especiales como personajes infantiles y títeres.

Los eventos serán programados los fines de semana a costos accesibles, mediante una planificación de tipo mensual, tomando en cuenta las diversas festividades que se tienen en cada mes, para lo cual se propondrá una promoción intensiva por diferentes medios masivos, lo cual permitirá una importante concurrencia a los espectáculos que se programen y el éxito del proyecto.

Para que el proyecto sea sostenible es necesario mantener una serie de políticas financieras y una administración condicionada a mantenerse ajustada a los

presupuestos según los planes establecidos, de tal forma que se debe de potencializar las inversiones, maximizar los ingresos y mantener estable la estructura de costos y gastos que se generen del proyecto a partir de estrategias orientadas hacia las metas y los resultados.

Finalmente será necesario para que el proyecto tenga suficientes alternativas de gestión, crear una serie de asociaciones con entidades públicas y privadas, que estén vinculadas con la difusión de la cultura, lo cual permitirá que por medio de una serie de patrocinios solventar gastos de inversión, operación y promoción, ya que lo que se busca es unificar esfuerzos para dividir costos y hacer auto-sustentable el proyecto en el largo plazo.

Esta definición de lo que será la agenda cultural y las estrategias básicas que serán utilizadas para la concepción y administración de ésta, se podrán analizar de forma específica en los siguientes apartados, los cuales tienen a detalle los aspectos más importantes que se tomarán en cuenta para la realización de este proyecto y los diferentes planes que son necesarios para cumplir los objetivos programados.

## **4.2 PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS DE LA GESTIÓN**

A partir de la proposición de la misión, visión, objetivos generales y la definición estratégica de la agenda cultural, se establecerán una serie de objetivos para la

gestión, los cuales serán las bases fundamentales para el cumplimiento de los objetivos básicos y condicionarán las diferentes estrategias que se propongan al cumplimiento de estos, los objetivos son:

- Lograr crear una fundación para que administre la agenda de forma eficiente, para luego de 1 mes.
- Conformar completamente al equipo de trabajo de la fundación, para que coordinen la administración de la agenda, para enero del 2006.
- Implementar en enero un programa de publicidad que cumpla con los objetivos de la fundación, de tal forma que la difusión permita que existan al menos de 400 personas que asistan a cada evento.
- Lograr crear una campaña de recolección de fondos para marzo, para que a partir de estos, la fundación pueda mantener sus servicios y solventar sus gastos. Esta campaña estará dirigida a recolectar fondos por medio de auspicios de la empresa privada a partir del aporte del 25% de sus impuestos y la venta de opciones de publicidad o de patrocinios de los eventos.
- Lograr una audiencia fiel a los eventos de al menos 500 personas por cada uno.
- Cumplir a cabalidad cada uno de los eventos programados, según el cronograma dispuesto.
- Lograr la contratación de un equipo de actores y músicos de planta, para los eventos de teatro, música y danza, para el segundo semestre del año.

- Lograr una serie de alianzas estratégicas con diferentes organismos culturales, para la difusión y coordinación conjunta de los eventos, en especial con organismos que tienen grupos de teatro, músicos y bailarines.

A partir de estos objetivos se plantearan los puntos de acción a seguir:

- Crear una fundación que esté dedicada a la difusión de la cultura, la cual se llame **Fundación Cultural Guayaquil**.
- Elaborar una agenda cultural que contemple entre sus principales atracciones eventos de música, teatro y danza, de tal forma que a partir de estos se desarrolle y fomente la cultura y los valores en la ciudad.
- Asignar los precios de la taquilla de tal forma que sea asequible a los ciudadanos de todos los estratos sociales.
- Establecer un programa intenso de publicidad y difusión de la agenda, por medio de televisión y diarios, coordinando notas de prensa con los medios informativos de la ciudad.
- Diseñar un sistema de recolección de aportes de la empresa privada y la venta de las publicidades y patrocinios.
- Establecer un programa de coordinación entre los diferentes organismos culturales de la ciudad y la fundación.

A partir de estos objetivos y las directrices de trabajo que se han propuesto se tendrá que desarrollar una serie de planes que permitan cumplirlos, estos planes serán desarrollados en los siguientes apartados.

### **4.3 ASPECTOS LEGALES PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA FUNDACIÓN**

Para la organización de los eventos se ha propuesto el montaje de una oficina donde se manejarán su implementación, organización y administración, como por ejemplo definición de horarios, contratación de artistas, medios de difusión y demás. Entre los principales puntos de esta organización se destaca la programación de eventos de cada año calendario, tomando en cuenta el target al cual esta dirigido los eventos, las fechas cívicas, culturales o religiosas y los recursos disponibles. Así se tiene que para poder lograr este objetivo y tal como se lo dijo anteriormente se conformará una fundación, la cual estará a cargo de la gestión de este proyecto y su puesta en marcha, por lo que será necesario analizar los aspectos mas relevantes para la constitución de una fundación de esta naturaleza.

### **ASPECTOS LEGALES Y BASE JURÍDICA PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA FUNDACIÓN**

Esta información ha sido procesada teniendo como fuente bibliográfica el:

**REGISTRO OFICIAL**  
**ÓRGANO DEL GOBIERNO DEL ECUADOR**  
**Administración del Sr. Dr. Gustavo Noboa Bejarano**  
**Presidente Constitucional de la República**

**Miércoles 11 de Septiembre del 2002**  
**REGISTRO OFICIAL No. 660**  
**TRIBUNAL CONSTITUCIONAL**

DR. JOSÉ A. MOREJON MARTINEZ  
**DIRECTOR**

**N0 3054**

Gustavo Noboa Bejarano  
PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA

Considerando:

Que el artículo 23 numeral 19 de la Constitución Política de la República del Ecuador consagra el derecho a la libre asociación con fines pacíficos;

**Que el Código Civil concede a las personas naturales y jurídicas el derecho de constituir corporaciones y fundaciones, así como reconoce la facultad de la autoridad que otorgó personería jurídica para disolverlas a pesar de la voluntad de sus miembros;**

Que mediante Decreto Ejecutivo No. 339 de 28 de noviembre de 1998, publicado en el Registro Oficial No. 77 de noviembre 30 del mismo año, el Presidente de la República, delegó la facultad para que cada Ministro de Estado, de acuerdo a la materia que les compete, apruebe los estatutos y las reformas a los mismos, de las organizaciones que se constituyan al amparo de lo dispuesto en el Título XXIX, Libro 1 del Código Civil;

Que en ejercicio de tal delegación varios ministerios de Estado han dictado regulaciones diversas que no han seguido similares criterios, lo que ha ocasionado tratamientos diferentes que es necesario unificar:

Que mediante Decreto Ejecutivo No. 2824, publicado en el Registro Oficial No. 623 de 22 de julio del 2002 se conformó la Comisión Jurídica de Depuración Normativa, orientada a impulsar el logro de la seguridad jurídica del país;

**Que el artículo 2 del Decreto Ejecutivo No. 3008 de 21 de agosto del 2002, dispuso que la Comisión Jurídica de Depuración Normativa prepare un Proyecto de Decreto Ejecutivo que unifique los procedimientos para la conformación de fundaciones y corporaciones, en todos los ministerios de Estado;**

Que la Comisión Jurídica de Depuración Normativa ha recomendado la suscripción del presente decreto ejecutivo; y,

En uso de las facultades conferidas en el artículo 171 numerales 1, 5 y 9 de la Constitución Política de la República,

Decreta:

Expedir el siguiente REGLAMENTO PARA LA APROBACION, CONTROL Y EXTINCION DE PERSONAS JURIDICAS DE DERECHO PRIVADO, CON FINALIDAD SOCIAL Y SIN FINES DE LUCRO, QUE SE CONSTITUYAN AL AMPARO DE LO DISPUESTO EN EL TITULO XXIX DEL LIBRO 1 DEL CODIGO CIVIL

## CAPITULO I

### DE LAS FUNDACIONES Y CORPORACIONES

Art. 1.- Las personas naturales y jurídicas con capacidad civil para contratar se encuentran facultadas para constituir corporaciones y fundaciones con finalidad social y sin fines de lucro, en ejercicio del derecho constitucional de libre asociación con fines pacíficos, y al amparo de lo dispuesto en el Título XXIX del Libro 1 del Código Civil.

Aquellas asociaciones que en virtud de lo dispuesto en leyes especiales tuvieren un procedimiento especial de constitución, no se sujetarán a este reglamento.

Tampoco se someterán a este reglamento, en cuanto a su proceso de conformación, las corporaciones o fundaciones que se creen por iniciativa del Presidente de la República.

Las organizaciones que se constituyan pueden adoptar la forma de:

1. Corporaciones, tales como: asociaciones, clubes, comités, centros, etc., con un mínimo de cinco miembros fundadores.

2. Fundaciones, que podrán ser constituidas por la voluntad de uno o más fundadores. En este caso deberá considerarse en el estatuto la existencia de un órgano directivo de al menos 3 personas.

Art. 2.- Los organismos de integración parroquial, cantonal, provincial y regional, denominados federaciones o uniones, así como los de integración nacional denominados confederaciones o uniones nacionales, se constituirán como corporaciones.

Las federaciones y confederaciones agruparán organismos de base de similar naturaleza; las uniones agruparán organizaciones de base con fines análogos. En cualquier caso, para la constitución de dichas entidades, se requerirá un mínimo de cinco miembros con capacidad jurídica para contratar.

## CAPITULO II

### DE LOS REQUISITOS

Art. 3.- Sin perjuicio de la facultad del Presidente de la República para aprobar la constitución de fundaciones o corporaciones prevista en el artículo 584 del Código Civil, quienes deseen obtener la aprobación de una organización de este tipo deberán presentar una solicitud, dirigida al Ministro de Estado que corresponda o al Secretario General de la Administración Pública, firmada por el miembro fundador delegado para ello, adjuntando en un sólo expediente, los siguientes documentos, debidamente certificados por el Secretario de la organización:

3.1 Acta de la Asamblea Constitutiva de la organización en formación, suscrita por todos los miembros fundadores, la misma que deberá contener expresamente:

- a) La voluntad de los miembros de constituir la misma;
- b) La nómina de la directiva provisional;
- c) Los nombres completos, la nacionalidad, números de los documentos de identidad y domicilio de cada uno de los miembros fundadores: y,
- d) La indicación del lugar en que la entidad en formación tendrá su sede, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia e indicación de un número de teléfono, fax, o dirección de correo electrónico y casilla postal, en caso de tenerlos.

3.2 Copia del correspondiente estatuto que deberá incluir la certificación del Secretario provisional, en la que se indique con exactitud la o las fechas de estudio y aprobación del mismo.

En ningún caso se solicitarán documentos o el cumplimiento de requisitos no previstos en este reglamento.

El Secretario General de la Administración Pública queda facultado para someter la solicitud a la aprobación del Presidente de la República o, de ser el caso, para enviar la documentación que le fuera presentada al Ministro que estime competente.

Art. 4.- Las fundaciones y corporaciones deberán acreditar, por cualquier medio, que al tiempo de la aprobación del estatuto cuentan con un patrimonio mínimo de USD 400 dólares.

Art. 5.- Para el caso de los organismos de integración a los que se refiere el Art. 2 del presente reglamento, deberán presentar además de los documentos del artículo 3, los siguientes documentos certificados por el Secretario de la organización:

5.1 Acta de la asamblea en la que conste la decisión de participar en la constitución de la organización de integración, con los nombres completos, números del documento de identidad y firmas respectivas de los socios asistentes a la misma, así como la designación de los delegados.

5.2 Copia certificada del documento en que conste la nómina de la directiva y el documento que acredite la representación legal.

5.3 Copia certificada del acuerdo ministerial o instrumento legal que acredite la personería jurídica, y de existir, la última reforma del estatuto, legalmente aprobada.

## CAPITULO V

### DEL INGRESO Y SALIDA DE MIEMBROS Y DEL CAMBIO DE DIRECTIVA

Art. 9.- Las corporaciones y fundaciones deberán solicitar a los correspondientes ministerios el registro de la inclusión o exclusión de miembros, así como los cambios de directiva, acompañando la siguiente documentación:

a) Solicitud de registro, firmada, por el representante legal de la corporación o fundación, acompañada de la información que se menciona en el artículo siguiente, además de:

b) Convocatoria a la asamblea; y,

c) Acta de asamblea en la que se eligió la Directiva o se aprobó la inclusión o exclusión de miembros, haciendo constar los nombres y firmas de los socios asistentes, debidamente certificados por el Secretario de la organización.

Art. 10.- Cada Ministerio llevará un registro con los siguientes datos:

a) Nombre de la institución:

b) Fecha en la que fue aprobado el estatuto y sus reformas, si las hubiere;

c) Nómina actualizada de los miembros, nombre del representante legal y domicilio de la entidad; y,

d) Número del decreto ejecutivo o acuerdo ministerial, folio, y número de registro correspondiente.

Art. 1.- Los distintos ministerios quedan facultados para requerir a las corporaciones y fundaciones bajo cuyo control se encuentren, que presenten a su consideración las actas de asambleas, informes económicos y memorias aprobadas, y toda clase de informes que se refieran a sus actividades, exceptuando aquella documentación protegida por la Ley de Propiedad Intelectual.

## CAPITULO VI

### DE LA REFORMA DEL ESTATUTO

Art. 12.- Para obtener la aprobación de las reformas del estatuto, se presentará una solicitud acompañada de:

12.1 Acta de la Asamblea en la que se resolvió reformar el estatuto, con los nombres, números de documento de identidad y firma de los miembros presentes, debidamente certificada por el Secretario; y,

12.2 Copia del proyecto de estatuto codificado con la incorporación de las reformas.

En este trámite será aplicable lo dispuesto en el inciso segundo del artículo 7 del presente reglamento.

## CAPITULO VII

### DE LA DISOLUCIÓN

Art. 13.- Son causales de disolución de las organizaciones constituidas bajo este régimen, a más de las establecidas en el Estatuto Social, las siguientes:

- a) Incumplir o desviar los fines para los cuales fue constituida la organización;
- b) Comprometer la seguridad del Estado; y,
- c) Disminuir el número de miembros a menos del mínimo establecido en el artículo 1 de este reglamento. En el caso de fundaciones, la muerte de su fundador no constituye causal de disolución, en tanto y en cuanto el órgano directivo subsista.

Art. 14.- Cuando la organización incurriere en cualquiera de las causales de disolución, se instaurará, de oficio o a petición de parte, un procedimiento administrativo, en el que se contará necesariamente con las partes involucradas. De comprobarse el cumplimiento de las causales de disolución, se procederá, mediante resolución motivada que deberá expedir el Ministro competente, a disolver la organización.

Art. 15.- Cuando la disolución fuere decidida por la Asamblea General de Socios, se comunicará de este hecho al Ministerio correspondiente, adjuntando copias certificadas de las actas respectivas, con los nombres de los asistentes y debidamente firmadas.

Art. 16.- Una vez acordada la disolución, el órgano directivo que corresponda, o el Ministerio del ramo, en su caso, establecerá los mecanismos y procedimientos para llevar a cabo la liquidación correspondiente, observando siempre las disposiciones que para el efecto y para el destino de los bienes determinen el Estatuto Social y el Código Civil.

## CAPITULO VII

### ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EXTRANJERAS

Art. 17.- Las organizaciones no gubernamentales extranjeras interesadas en realizar actividades en el Ecuador deberán presentar una solicitud en tal sentido al Ministerio de Relaciones Exteriores, señalando cuáles son sus fines y las labores que desean efectuar en el país. Deberán acompañar la documentación legalizada que demuestre su existencia legal acompañada de su estatuto en idioma español.

Art. 18.- El Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de sus embajadas y consulados en el exterior, obtendrá información acerca de la legalidad, solvencia y seriedad de la Organización no Gubernamental Extranjera que haya presentado su solicitud. Dicha información se la requerirá tanto en el país donde la organización ha sido constituida y/o tiene su sede principal, como en aquellos en los que realiza o haya realizado actividades similares.

Art. 19.- El Ministerio de Relaciones Exteriores, una vez revisada la documentación presentada autorizará, mediante resolución motivada, la suscripción con la ONG Extranjera de un Convenio Básico de Funcionamiento conforme las nominas dictadas por el Ministerio.

Art. 20.- El Ministerio de Relaciones Exteriores llevará un registro de las ONG'S extranjeras que hayan suscrito el Convenio Básico de Funcionamiento y notificará por escrito a la ONG Extranjera la autorización para que pueda iniciar su funcionamiento y actividades en el país.

Art. 21.- El Ministerio de Relaciones Exteriores, realizará el correspondiente seguimiento de las labores de las ONG'S extranjeras en el Ecuador con el objeto de examinar sus trabajos de acuerdo con los fines propuestos y asegurar el fiel cumplimiento de sus proyectos.

Art. 22.- Los planes y proyectos relacionados con las actividades que realizará la ONG Extranjera en el país, contendrán la información necesaria que permita identificar con claridad sus objetivos, metas, tareas específicas y los recursos tanto internos como externos requeridos para cada uno de los períodos- de ejecución de los mismos.

Art. 23.- Las ONG'S extranjeras no podrán realizar actividades incompatibles con las que les han sido señaladas, o que atenten contra la seguridad y la paz públicas. El personal extranjero de dichas ONG'S extranjeras autorizado a trabajar en el país y sus familiares no podrán efectuar labores lucrativas, proselitistas, ni distintas de las acordadas en el respectivo convenio escrito.

Art. 24.- Si la ONG Extranjera no cumpliera con las disposiciones de este capítulo, así como con lo establecido en el Convenio Básico de Funcionamiento, el Ministerio de Relaciones Exteriores, previo estudio del caso y resolución motivada dará por terminadas las actividades de la ONG Extranjera en el Ecuador. Tal resolución será comunicada por el Ministerio de Relaciones Exteriores a la respectiva ONG Extranjera.

#### DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA: Los conflictos internos de las organizaciones a las que se refiere este reglamento y de éstas entre si, deberán ser resueltos de conformidad con las disposiciones estatutarias; y, en caso de persistir, se someterán a la Ley de Arbitraje y Mediación, publicada en el Registro Oficial No. 145 de septiembre 4 de 1997, o a la justicia ordinaria.

SEGUNDA: Las corporaciones y fundaciones que cuenten con recursos públicos se someterán también a la supervisión y control de la Contraloría General del Estado.

TERCERA: El nombre de una organización no podrá ser igual a la de otra que se encuentre legalmente constituida. Los diferentes ministerios de Estado deberán coordinar sus actuaciones y establecerán, en el plazo de 90 días contados a partir de la publicación del presente decreto ejecutivo en el Registro Oficial, mecanismos ágiles que eviten el incumplimiento de lo dispuesto en esta disposición.

CUARTA: Todas las solicitudes previstas en este reglamento deberán tener el patrocinio de un abogado o doctor en jurisprudencia.

#### DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA: Las organizaciones que hasta la fecha de promulgación del presente instructivo hayan ingresado los documentos para obtener personería jurídica, aprobación de reformas de estatutos, registro de directiva, registro de nuevos socios y salida de socios, se registrarán por las disposiciones vigentes a la fecha de presentación de las respectivas solicitudes.

SEGUNDA: En el plazo de 90 días, contados a partir de la fecha de la publicación del presente decreto ejecutivo en el Registro Oficial, las fundaciones y corporaciones deberán remitir a los correspondientes ministerios de Estado la información solicitada en el artículo 10 del presente decreto ejecutivo.

#### DISPOSICIÓN FINAL

Deróguense expresamente los decretos ejecutivos Nos. 1924, publicado en Registro Oficial 490 de 25 de julio de 1994, y 1675, publicado en el Registro Oficial No. 430 de 28 de abril de 1994; y los acuerdos ministeriales Nos. 3354, publicado en el Registro Oficial No. 417 de 21 de septiembre del 2001; 149, publicado en el Registro Oficial No. 171 de 26 de septiembre del 2000; 75, publicado en el Registro Oficial No. 165 de 20 de septiembre del 2000; 608, publicado en el Registro Oficial No. 86 de 29 de mayo del 2000; y, 32, publicado en el Registro Oficial No. 139 de 2 de marzo de 1999.

El presente decreto ejecutivo entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial y de su ejecución encárguense los ministros de Estado.

Dado en el Palacio Nacional, en Quito, a 30 de agosto del 2002.

f) Gustavo Noboa Bejarano, Presidente Constitucional de la República.

Es fiel copia del original.- Lo certifico.

f) Ing. Jorge Barros Sempértegui, Secretario General de la Administración Pública (E).

## **PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO Y AUTORIZACIONES PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD**

Para la realización de eventos es necesario que la fundación coordine constantemente con la Municipalidad de Guayaquil, así tenemos que cumplir con los siguientes trámites:

### **CON LA DIRECCIÓN DE CULTURA Y PROMOCIÓN CÍVICA**

\*Trámite para la realización de eventos educativos y culturales

Objetivos del trámite:

La jefatura de promoción cívica realiza eventos con diferentes instituciones educativas y culturales.

Requisitos

1. Solicitud de la institución, comprometiéndose a acatar las disposiciones establecidas en las ordenanzas municipales.

Pasos del trámite

1. Entregar en el departamento de promoción cívica (10 de agosto y Pedro Carbo).

### **CON LA DIRECCION DEL USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA**

\*Para realizar algún evento en cualquier parte de la ciudad con artistas nacionales.

Requisitos

1. Tasa única de trámite de espectáculos (2 dólares).

2. Solicitud de permiso eventual de espectáculos públicos.
3. Visado.
4. Aplicación de exoneración de impuestos por espectáculos en caso de que se cobre el ingreso (área de resolución).
5. Copia de cédula de ciudadanía o identidad (si es extranjera) de los artistas y del empresario.

#### Pasos del trámite

1. Obtener el visado (ver declaración de restricciones).
2. Obtener la aplicación de la exoneración de impuestos por espectáculos.
3. Pagar la tasa de trámite.
4. En una carpeta adjuntar todos los requisitos indicados a la solicitud y entregarla en la recepción de la Dirección de uso del espacio de vía pública (Palacio Municipal, Pasaje Arosemena), por lo menos 72 horas antes de la realización del evento.

#### **CON LA DIRECCIÓN DE ACCIÓN SOCIAL Y EDUCACIÓN**

\*Declaración de restricciones.

Objetivo del trámite:

Verificación de los espectáculos que se realizan en el cantón previo a la obtención del permiso respectivo.

Requisitos:

1. Tasa única de trámite.
2. Tasa de habilitación del local.
3. Permiso de vía pública (de ser necesarios).

### Pasos del trámite

1. Pagar la tasa de trámite en las ventanillas municipales de recaudaciones (bloque noroeste 2).
2. Presentar los requisitos de la jefatura de control de restricción de espectáculos (dirección de acción social y educación).

El solicitante deberá regresar en un plazo de 24 horas para ver el resultado.

### **CON LA ASOCIACIÓN DE ARTISTAS PROFESIONALES DEL GUAYAS**

Requisitos que deben de cumplir aquellos que deseen afiliarse a la Asociación de Artistas Profesionales del Guayas, son los siguientes:

- 4 fotos
- copia de cédula
- solicitud de afiliación.

Especificaciones:

Si no es un artista conocido tiene que pasar por una audición donde una comisión especializa-da lo calificará.

Si es conocido debe llevar consigo la recopilación de sus trabajos, sean discos, pósters, entre otros.

Si desea renovar su afiliación debe llevar 2 fotos y 30 dólares.

## **4.4 ELABORACIÓN DE LA NUEVA AGENDA**

A continuación se propone los programas culturales que rescatarán y enriquecerán los valores de los habitantes guayaquileños. Con la participación de los grupos de teatro, música y danza, con actores y actrices nacionales que realzan la grandiosidad del arte

y talento ecuatoriano. Se presentarán obras que realcen lo ocurrido en tiempos pasados destacando las proezas de los héroes guayaquileños que hicieron historia y dejaron su nombre grabado en la ciudad, así como obras contemporáneas de todo tipo y de todo género.

Todos estos eventos están organizados para que se lleven a cabo en la explanada del Museo Antropológico y Artes Contemporáneas (MAAC), tal como se podrá analizar mas adelante, puesto que según las encuestas realizadas a los ciudadanos, estos consideraron como el lugar idóneo para este tipo de eventos y el más conocido por todos los visitantes para el desarrollo de nuevas propuestas e incentivos culturales, teniendo como horario establecido para su realización sería entre las 09h00 a.m. y 11h00 p.m. como máximo, ya que se ha conseguido un acuerdo verbal con los organizadores del Departamento de Promoción Cultural del MAAC para poder trabajar en este horario.

Hay que notar, que actualmente la agenda cultural de eventos oficial es publicada por la Cámara de Turismo del Guayas (CAPTUR), dirigida y organizada por Departamento de Promoción e Imagen. Este organismo inició este calendario o agenda en el año 2003, como parte del Buró de Convenciones de Guayaquil, el mismo que tiene por objetivo promover a Guayaquil como ciudad de congresos, ferias y eventos especiales, que son organizados por diferentes entidades públicas y privadas que están ligados directamente con el desarrollo cultural de la ciudad.

Entre las empresas que transmiten sus eventos a la CAPTUR están:

- Expoplaza
- M.I. Ilustre Municipalidad de Guayaquil
- Departamento Cultural de la ESPOL
- Museo de Historia Marítima de la ESPOL
- MAAC
- Horitzo GRUP
- Federación Ecuatoriana de Surf
- Teatro Centro de Arte,
- Entre otras

Así se tiene que dado esta agenda, es necesario coordinar con la Cámara de Turismo, para que a partir de esta se pueda difundir las propuestas de esta agenda y que gracias a la información que esta publicación genera, se pueda coordinar los eventos con otras entidades que publican y promocionan en esta agenda, con el objetivos de mejorar la organización, no repetir eventos, no interferir en sus acciones y reducir costos gracias a la posibilidad de realizar eventos en conjunto, por lo que gracias a esto se podrá presentar una agenda cultural organizada, efectiva y sustentable

### **PROPUESTA DE LA NUEVA AGENDA CULTURAL**

Hay que notar que la propuesta de esta agenda cultural está planeada básicamente en un enfoque únicamente cultural, lo que nos permite enfocarnos únicamente en el hecho de destacar específicamente el arte y costumbres de los ciudadanos. Dado esto se mostrará una agenda planteada de forma mensual, mostrada en un cuadro que

contiene una breve explicación de los eventos que se presentan destacando su temática, el horario y al público al cual será dirigido el evento

Es importante mencionar que los eventos son programaciones inéditas, pero también se tomarán en cuenta los eventos establecidos por entidades públicas y privadas de tal manera que se pueda lograr una mayor promoción siempre y cuando se tome en consideración la posibilidad de lograr convenios entre empresas para su desarrollo.

Los eventos están programados para que se realicen los fines de semana y también los días feriados, ya que según los datos que arrojan las encuestas son los días en que pueden asistir a los eventos sin dificultad.

La agenda cultural detalla una programación exacta de cada uno de los eventos incluyendo fechas, horarios en un orden cronológico en caso de que tengan secuencia, además de presentar una breve explicación a lo que se refiere cada evento.

Este ordenamiento está basado en el lanzamiento eventos nuevos, de acuerdo a las fechas cívicas, culturales, acontecimientos religiosos y otros que se dan cita en la ciudad y en el país en general, haciendo una conmemoración especial por cada una de estas fechas.

La responsabilidad de que se cumplan los eventos recae directamente en el organizador, mismo que debe velar por que se efectúen en su totalidad a través de contratos, acuerdos o convenios escritos.

Estos eventos además, han sido organizados por grupos de tal manera que se cubran las siguientes categorías:

- Grupos Infantiles
- Grupos de Adultos

Esta programación permite resaltar en su conjunto los valores culturales y buscan rescatar la cultura y la tradición en la ciudad, así como aspectos de la vida actual y contemporánea. Entre los valores culturales se muestran:

- Rescate del Idioma.
- Rescate de los aspectos religiosos.
- Rescate de los valores éticos y patrióticos.
- Rescate de los modales y costumbres.
- Muestra de los aspectos contemporáneos y actuales.
- Rescate del arte y la cultura por medio de la música, danza y teatro.

Hay que tomar en cuenta que los eventos no solo fueron desarrollados basándose en el calendario cívico, religioso, cultural o festivo de la ciudad, sino que además tal como se puede notar, se ha tomado en cuenta que los eventos, mientras celebran este

tipo de fiestas o conmemoraciones también deben de rescatar una serie de valores y tradiciones culturales de la ciudad.

Así tenemos que en base a esto y tomando en cuenta los aspectos, sobre los cuales se desarrollo la temática de los eventos para cada fecha tal como se dio en el párrafo anterior, se presentará la agenda organizada de forma mensual, la cual puede ser analizada en el anexo F.

Así se tiene que a partir de esta agenda se tiene, tal como se puede ver en este anexo, la programación de una serie de eventos culturales, los cuales responden a los intereses de los ciudadanos y pretenden cumplir los objetivos del proyecto. Así se tiene que estos eventos busquen resaltar los valores y la cultura de toda la ciudadanía, por lo que se quiere que con estos eventos exista una respuesta masiva por parte de los habitantes de la ciudad para que se cumplan estas expectativas.

## **4.5 ESTUDIO DE LA LOCALIZACIÓN**

Dado los resultados obtenidos en la investigación de mercado, se ha considerado que los eventos que se programen serán realizados en la explanada del MAAC, ya que se ha notado que este lugar es un lugar adecuado para el desarrollo del arte y cultura, y que además tiene una alta aceptación por parte de la ciudadanía (55%), tal como lo muestra el siguiente cuadro:

**Ilustración 4.4.5.I**  
**Porcentajes de Preferencia de Lugares para Eventos**

<b>OPCIONES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
PLAZA DE ARTES	16.25%
<b>MAAC</b>	<b>55%</b>
PLAZA BAQUERIZO MORENO	7.75%
PALACIO DE CRISTAL	16.25%
PARQUE LINEAL	4.5%
OTROS	0.25%
TOTAL	100%

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Así mismo se puede ver que cuenta con una excelente ubicación como es el Malecón 2000, el mismo que es accesible y fácil de llegar para cualquier persona, servicio de seguridad, parqueadero, sitios turísticos, cercano a restaurantes y bares, vista al río y hermosas edificaciones y obras arquitectónicas.

A continuación se muestra la fotografía de la explanada en las que se verifica la capacidad para más de 400 personas. Ya que el lugar es abierto se puede programar esta cantidad de personas sin correr riesgos de sofocación. Para evitar infiltrados que no hayan cancelado el valor de la taquilla del evento, antes del ingreso se contará con una cabina donde se realizará la venta del boleto de entrada y habrá solo una vía de ingreso asignada como lo muestra la fotografía, de tal manera que no ocurran percances. En lo que respecta a la seguridad de los espectadores, se contará con el personal capacitado que tiene a cargo actualmente el MAAC.

Ilustración 4.4.5.1

**Explanada del Museo Antropológico y de Artes Contemporáneas**

Fuente: Fotografías propias del Autor

Elaboración Propia

Como se ve, la propuesta del MAAC es interesante, además que el costo por el local es viable y las instalaciones son aptas para este tipo de eventos ya que anteriormente se han realizado eventos similares.

Ilustración 4.4.5.II

**Programación de Eventos y sus Costos**

<b>Costo por Eventos</b>			
<b>Horario del Evento</b>	<b>Costo x evento</b>	<b>30% Dscto.</b>	<b>Costos real x evento</b>
Matutino	1000	300	700
Vespertino	1,200.00	360	840
Nocturno	1,500.00	450	1050

Fuente: Dirección Cultural Regional del MAAC

Elaboración Propia

Los costos del alquiler del local fueron proporcionados por la Dirección Cultural Regional del Museo Antropológico y de Artes Contemporáneas, logrando un descuento del 30% en cada uno de los locales al alquilarlos todos los fines de semana, por lo que para realizar el convenio es necesario firmar un contrato, entregar el dinero por adelantado e indicar que requerimientos se tendrán para la obra.

Así mismo se ve que esta opción favorece a los intereses de la fundación ya que por el valor del arriendo ofrecen servicios adicionales como:

- Luces y sonido
- Montaje y escenografía
- Publicidad en el área del MAAC
- Seguridad
- Asesoría en la puesta en escena

Cabe indicar que esta fue una propuesta oral y sería conveniente que se realizara un contrato por escrito, y al mismo tiempo se puede notar que es importante contar con la colaboración del MAAC, ya que la fundación bien puede valerse de la experiencia de estos en este tipo de eventos para poder organizar de mejor manera la agenda, con el fin de alcanzar los objetivos propuesto y poder realzar los valores de ciudadanía.

## 4.6 ASIGNACIÓN DE PRECIOS Y TAQUILLA POR EVENTOS

Uno de las principales cuestiones para que el proyecto sea factible, es la fijación de precios de los eventos, lo cual para esto es indispensable establecer el objetivo de la fijación, teniendo en cuenta a las distintas variables que se puedan generar.

En primera instancia uno de los principales objetivos es la supervivencia de la fundación, para así poder seguir manteniendo los servicios que se van a ofrecer y poder proponer un posicionamiento y una diferenciación sostenible en el largo plazo, creando así una imagen ante los guayaquileños por la calidad de los eventos, la organización de estos y el cumplimiento de nuestra misión, por lo que dada la naturaleza de la organización (sin fines de lucro) el objetivo de la fijación de precios es cubrir los costos de la organización de estos eventos y los gastos operativos que se generan de la administración de la fundación.

Dentro de las principales variables que se pueden analizar para asignar los precios, están el tipo de eventos que se realizarán, la demanda, los costos de la empresa, gastos de organización de los eventos y eventos similares en la ciudad.

Al analizar la demanda se ha podido notar, en base a la investigación de mercado, que los habitantes de la ciudad prefieren costos bajos por los precios de las entradas para los espectáculos, lo cual fue motivo de análisis en el capítulo anterior, así tenemos que estos resultados mostraron los siguientes valores, para cada tipo de evento:

**Ilustración 4.4.6.III**

**Cuadro de Asignación de Precios según tipo de Evento**

EVENTO	RANGO PROPUESTO	PRECIO PROMEDIO
CONCIERTO Y DANZA	5-10 DÓLARES	8.625
EXPOSICIONES	5-8 DÓLARES	6.99
OBRAS DE TEATRO	5-10 DÓLARES	8.25

Fuente: Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Así mismo, vale indicar que en base a esta investigación, también se noto que más del 85% de los encuestados, prefirió el rango mas bajo para el precio de la taquillas (ver la columna de rango propuesto), lo cual indica la propensión de los habitantes hacia los precios por los eventos mas bajos, mostrando que los eventos no pueden superar estos valores para que estos tengan éxito.

*Hay que notar que en base a estudios anteriores, se ha comprobado que tan solo el 2.88%<sup>10</sup> de la población guayaquileña va este tipo de eventos culturales en la ciudad, por lo que si tomamos en cuenta este dato tendríamos lo siguiente: si en Guayaquil tenemos más de 2 millones de habitantes (2'039.789 de habitantes) según los últimos informes del INEC para el 2004 y además consideramos que tan solo a los segmentos de clase media-baja, media y media-alta de la población (no se considero al segmento de clase baja, 65% de la población, ya que no está entre sus posibilidades económicas el asistir a algún tipo de evento cultural, ya que tiene que satisfacer sus prioridades básicas) y a la población objetivo a la cual están dirigidos los eventos, así como los resultados del estudio de mercado, se podría considerar que existe una propensión de más de 16.063 habitantes para ir a los eventos que se programen.*

Este análisis lo podemos ver en el siguiente cuadro:

---

<sup>10</sup> El Universo, publicación del semanario La Revista, marzo del 2004

## Ilustración 4.4.6.IV

Cuadro de Población que asistirá a eventos

RUBROS	% DEL TOTAL	CÁLCULO
HABITANTES DE LA CIUDAD	100%	2'039.789
POBLACIÓN OBJETIVO ADOLESCENTES, JÓVENES Y ADULTOS (15-70 AÑOS) <sup>11</sup>	65%	1'325.863
POBLACIÓN OBJETIVO NIÑOS ENTRE 9-12 AÑOS	10%	203.979
POBLACIÓN OBJETIVO TOTAL	75%	1'529.842
SEGMENTO MEDIO-BAJO, MEDIO Y MEDIO-ALTO	35%	535.445
% PROPENSO A ASISTIR A EVENTOS CULTURALES	3%	16.063
VECES PROMEDIO QUE ASISTEN A EVENTOS AL AÑO		2
NUMERO TOTAL DE ASISTENTES A LOS EVENTOS AL AÑO		32.126
NUMERO DE EVENTOS ANUALES PROGRAMADOS		97
NÚMERO DE ASISTENTES ESTIMADOS PARA CADA EVENTO		330

Fuente: INEC y Datos de la Encuesta

Elaboración Propia

Así tenemos que para cada evento se ha estimado una asistencia mínima de 330 individuos, lo cual es una asistencia importante para este tipo de eventos y podría ser mucho más si se les propone un precio accesible, aunque para los eventos de mayor realce se espera una asistencia de más de 400 individuos, este estimado es altamente conservador ya que eventos similares registran asistencias mayores a las 500 personas, por lo cual estos eventos se los tiene dispuesto para presentar en la noche y siempre con artistas de mayor renombre.

Por otra parte tenemos los tipos de eventos que se realizarán son principalmente 3 tipos de eventos y uno que será de carácter eventual, estos eventos son:

- Danza
- Teatro
- Música

<sup>11</sup> Para un informe sobre la distribución por edades en el Ecuador ver el ANEXO G.

- Eventualmente se realizarán exposiciones artísticas, en combinación con los otros eventos.

Por lo que para estos eventos hay que tomar en cuenta a las personas que trabajarían en el montaje del espectáculo, los equipos que se utilizarían, el vestuario si fuese necesario y entre otros factores. En base a esto vale tomar en cuenta que dado que se ha decidido utilizar el MAAC, tal como se decidió en anteriormente, como el lugar para realizar los espectáculos, cabe indicar que la colaboración que estos prestan es inmejorable ya que estos pretenden ofrecer los siguientes rubros, al alquilar el local:

- El montaje del espectáculo.
- Luces y sonidos.
- Espacios publicitarios y promoción en el MAAC.
- Seguridad (opcional).
- Asesoría en la organización.

Esto indica que con respecto a los espectáculos tan solo la organización asumiría los costos del arriendo, contratación de los artistas y difusión por medios de comunicación, lo que permitiría reducir los costos y por ende los precios.

Por otro lado para poder establecer los precios correctamente, hay que considerar los costos de organizar un evento, los cuales son variables en relación al tipo de evento que se realice y al horario que se proponga, así tenemos que en base a esto, para cada tipo de evento será necesario estimar un precio por la entrada, el cual esté en relación a las siguiente variables:

- Horario del evento
- Tipo de evento: música, danza, exposiciones o teatro

Así que si se consideran las facilidades que ofrece el MAAC, como ya se lo dijo en párrafos anteriores, con respecto al montaje, sonido y luces de los eventos, esto reduce el análisis de las 2 variables analizadas (horario y tipo de evento) a otras 2 variables como son:

- Costo de arriendo: el costo de arriendo está basado en el horario (ver análisis de la localización).
- Costo de los artistas: los artistas para la mayoría de los eventos tendrán una asignación de 500 dólares por evento (estos deben de traer sus instrumentos musicales, pistas de sonido, vestuario y maquillaje), otros artistas según el renombre (estos artistas solo serán presentados en la noche) se contratarán en base a una negociación, intercambio de publicidad, apoyo o donativos, etc. estos últimos los valores de los contratos no deben de superar los 2.500 dólares.

Así tenemos que dado que la organización no tiene entre sus objetivos el lucro, el nivel de precios que se desea tener es de un precio bajo, como ya se ha comentado anteriormente, por lo que si tomamos en cuenta los diferentes análisis que se realizaron en los párrafos anteriores tenemos que los precios asignados para los diferentes eventos serán:

**Ilustración 4.4.6.V**

**Cuadro de Asignación de precios a eventos**

<b>ASIGNACIÓN DE PRECIOS A EVENTOS</b>			
<b>TIPO DE EVENTO</b>	<b>DIA</b>	<b>TARDE</b>	<b>NOCHE</b>
TEATRO	4	5	6
EXPOSICIÓN	3	3	4
DANZA	4	5	6
MÚSICA	4	5	6
EVENTOS ESPECIALES	6	7	8

\*niños 2 x 1 si el evento en programado para publico infantil

**Fuente: Datos de la Encuesta**

**Elaboración Propia**

Los cuales son accesibles para la población y además rebasan las expectativas de precios que propusieron en el estudio de mercado, e inclusive pueden cubrir los gastos de organización de cada evento, la difusión, la promoción y los gastos de la gestión de la fundación.

Finalmente cabe notar dados los eventos, la localización propuesta y los precios establecidos para cada tipo de evento, se tiene que esta agenda cultural es inmejorable, ya que muy pocos eventos culturales en la ciudad ofrece este tipo de eventos y con este precio, ya que muchos de estos superan inclusive los 10 dólares, lo que los convierte en un atractivo para el público, de tal forma que éste asista masivamente.

#### **4.7 CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN**

El principal objetivo de la campaña de difusión y promoción es:

- Informar a la ciudadanía sobre los diferentes eventos que se propondrán y por medio de esto convocar a los habitantes de la ciudad para que asistan a los eventos masivamente.
- Proporcionar información a los contribuyentes, a la ciudadanía y a los medios de comunicación sobre las labores y los eventos que realiza la organización.
- Crear una imagen de la fundación posicionada y diferenciada con respecto a los otros organismos.
- Establecer una serie de contactos y relaciones estratégicas para que por medio de estos contribuyan a la gestión de la agenda.

A partir de estos objetivos, la estrategia es establecer un programa de difusión y promoción que permita cumplir estos objetivos y los objetivos de la organización, así que dado esto y basándonos en el estudio de mercado que se analizó previamente, se han definido 3 instrumentos principales de promoción, los cuales mediante la mezcla y asignación de recursos correspondientes se establecerán como la mezcla óptima de comunicación y difusión de la agenda, así tenemos:

1. ANUNCIOS POR DIARIO O PERIÓDICOS
2. ANUNCIOS POR TELEVISIÓN
3. MENCIONES EN NOTICIEROS Y PROGRAMAS DE FARÁNDULA

Para esto se ha establecido que se lanzarán cuñas publicitarias de los eventos a realizarse el fin de semana y una semana antes de su presentación con todos los eventos, además que se contará con la promoción directa en el MAAC mientras se termina un evento se realiza una promoción del siguiente a efectuarse.

Cabe anotar que se ha conseguido un acercamiento con la Subsecretaría de Turismo y la Cámara Provincial de Turismo del Guayas (CAPTUR), con el cual estos ofrecieron otorgar el apoyo la difusión de los eventos establecidos en la agenda, por medio de sus canales de difusión, este es un logro importante ya que así se implementará la nueva agenda con la máxima recopilación y presentaciones de nuevos eventos.

## SELECCIÓN DE CANALES DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN

Los canales de difusión y promoción seleccionados, deben buscar que se cumplan los objetivos propuestos en los planes estratégicos, establezcan la factibilidad y éxito en los eventos, así como que logren direccionar y diferenciar las acciones de la organización según los objetivos planteados, utilizando la correcta mezcla publicitaria a partir de limitados recursos.

En primeras instancias la publicidad como estrategia debe crear conciencia y conocimiento en el mercado sobre la empresa, los eventos y la labor que realiza, para crear conocimiento en la población sobre la existencia de la fundación y con esto conseguir el apoyo de la empresa privada, organismos públicos y la ciudadanía, para luego poder tener éxito en la organización de los eventos.

Luego la publicidad será para lograr la convocatoria masiva a los eventos programados y conseguir el suficiente patrocinio para que los eventos puedan ser llevados cabo, así mediante esto se lograra la misión de la organización que es la difusión de la cultura.

En base a esto se ha seleccionado una serie de medios de difusión que permita cumplir los objetivos, así tenemos:

- **Anuncios en televisión**<sup>12</sup>: Estos anuncios se realizaran por los canales televisivos de mayor rating o credibilidad (TC Televisión y ECUAVISA) de la ciudad los días jueves y viernes, tomando en cuenta para esto los horarios de los noticieros, programas culturales y de farándula, con lo cual se podría obtener una excelente audiencia por parte de nuestro publico objetivo, inclusive la fundación se podría beneficiarse de que estas empresas ofrecen muchas veces entrevistas para los organizadores de los eventos o para los actores, cantantes, bailarines y expositores, a cambio de compra de cuñas publicitarias y menciones en los programas, lo cual realzaría el impacto de la difusión y de la imagen de la fundación.
- **Anuncios por prensa escrita**: Se pautara anuncios en el diario de mayor circulación (EL UNIVERSO), los días miércoles y jueves, en blanco y negro y a 2 columnas (9.6 x 7 cms.) en la sección “En Escena”, con lo cual se obtendría un posicionamiento correcto, pues esta es una sección que se identifica con la eventos sociales y culturales de la ciudad y muchas veces es utilizada para proponer todo tipo de eventos culturales.
- **Boletines de prensa**: Son información generada desde la fundación para que sea publicada en prensa o revistas o mencionada en televisión, radio o Internet. Este medio es gratuito y según los acuerdos verbales que se llegó con diferentes empresas de medios (TC; ECUAVISA y EL UNIVERSO), si la fundación decide contratar la publicidad, estos publicarían de forma continua

---

<sup>12</sup> Para ver el anexo de la programación de los canales TC televisión y ECUAVISA, con sus respectivos costos de publicidad, ver el ANEXO H

las menciones de prensas por medio de sus noticiarios (televisión) o en sus páginas informativas de eventos (diarios). Por otro lado para que nuestros eventos se mencionen en otros medios de información es indispensable enviarles información sobre los eventos para que los publiquen o los mencionen.

### **PRESUPUESTO DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN**

Tomando en cuenta que el diseño de la cuñas y anuncios publicitarios serán diseñados por un diseñador publicista de planta, el cual actualizara cada anuncio para cada evento, no se ha considerado el costo del diseño de cada anuncio pues está inmerso en el salario del diseñador, dado esto el presupuesto de promoción esta basado en los aspectos que se trataron en el apartado anterior se tiene:

## Ilustración 4.4.7.VI

## Cuadro de Presupuesto Mensual de Promoción

<b>PRESUPUESTO MENSUAL DE LA PROGRAMACIÓN DE LA PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN</b>					
<b>ANUNCIO</b>	<b>COSTO</b>	<b>U. EN SEG.</b>	<b>DÍAS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
<b>TC TELEVISIÓN</b>					
COSAS DE CASA	4.1	15	8	492	JUEVES Y VIERNES
EL NOTICIERO II	6.1	15	8	1.200	JUEVES Y VIERNES
SIMPLEMENTE MARIELA	8.2	15	4	491.4	MIÉRCOLES
EL NOTICIERO III	10.0	15	8	736.8	JUEVES Y VIERNES
<b>COSTO TC TELEVISIÓN</b>				<b>2,920.2</b>	
<b>ECUAVISA</b>					
CONTACTO DIRECTO **	8.0	15	8	960	JUEVES Y VIERNES
TELEVISTAZO III **	8.6	15	8	1,032	JUEVES Y VIERNES
<b>COSTO ECUAVISA</b>				<b>1,992</b>	
<b>UNIVERSO</b>					
EN ESCENA (14.6 X 7 CMS)	301.84	1 unid.	8	2,414.72	MIÉRCOLES Y JUEVES
<b>COSTO EL UNIVERSO</b>				<b>2,414.72</b>	
<b>COSTO TOTAL MENSUAL</b>				<b>7,326.92 (* 12 meses)</b>	
<b>COSTO ANUAL EN PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN</b>				<b>87,923.04</b>	
<b>COSTO PROMEDIO POR EVENTO</b>				<b>906</b>	

Fuente: Tarifarios y Programación de Ecuavisa, TC Televisión, El Universo

Elaboración Propia

Como podemos ver este presupuesto es de forma mensual. Este presupuesto será financiado en parte por las taquillas, pero en su gran mayoría por los aportes de empresas privadas y gubernamentales, así como también cuando se tenga eventos en conjunto con otras entidades culturales se buscará dividir los costos de publicidad para el beneficio de las dos entidades, tal como lo veremos más adelante, en el próximo capítulo.

## **CAPÍTULO 5**

### **5. PROGRAMAS DE ACCIÓN E INTERRELACIÓN CON OTRAS ENTIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO CULTURAL**

#### **5.1. CONVENIOS, COORDINACIÓN Y DIFUSIÓN CONJUNTA CON OTRAS ENTIDADES CULTURALES**

Dentro del plan de acción se ha tomado en cuenta como uno de los aspectos más importantes, la coordinación de los eventos y la difusión conjunta entre los distintos organismos culturales, lo cual a partir de esto se podrá manejar la organización, la difusión y la promoción de los eventos a través de la interrelación entre organizaciones y empresas orientadas a la difusión de la cultura y el arte, de tal manera que exista una fusión entre nuestra fundación y estas empresas con el objetivo de reducir costos, esfuerzo de organización y que los eventos de estas organizaciones sean promocionados en la agenda cultural.

Para esto se ha de realizar reuniones de trabajo y charlas con los organismos de carácter público y privado, de tal forma que se programen eventos en conjunto (eventos que estos organismos promocionan por su propia cuenta), de tal forma que al

lograr organizar eventos coordinados, se logre llegar a un acuerdo para poder promocionar este evento también en conjunto, así las condiciones en que se piensa negociar los acuerdos será:

- La Fundación ofrece al otro organismo la localización (el alquiler del MAAC), a cambio este propone los artistas y la organización del evento.
- Se propone financiar la promoción del evento a medias, es decir 50-50, en televisión y periódicos.
- En la publicidad aparecerá la mención de los organismos participantes.
- La cuña será diseñada y producida por la Fundación.
- La aparición en medios, entrevistas y boletines de prensa será exclusividad de la fundación.

Así mismo que con los organismos públicos, también se dirigirán negociaciones y charlas a los organismos privados de tal manera que se logre un convenio con éstas, para que de alguna manera la agenda además de la programación establecida pueda ofrecer los eventos que proponen conjuntamente los organismos tanto privados como públicos, de esta forma se busca lograr una participación en alianza para cubrir espacios vacíos entre ambos organismos y así establecer un solo complemento que ofrezca un buen servicio de evento cultural y lograr cumplir a cabalidad el cronograma propuesto anteriormente.

Dado esto se prevé lograr acuerdos con distintos organismos, entre estos organismos se encuentran:

- Casa de la Cultura Ecuatoriana – Núcleo del Guayas
- Escuela Superior Politécnica del Litoral
- Museo Antropológico y Artes Contemporáneas del Banco Central del Ecuador
- M.I. Municipalidad de Guayaquil
- Cámara Provincial de Turismo del Guayas
- Universidad Católica Santiago de Guayaquil
- Universidad Laica Vicente Rocafuerte
- Universidad de Guayaquil
- Grupos artísticos del Teatro Centro de Arte – Sociedad Femenina de Cultura
- Colegios varios
- Academias de danza

Así tenemos que en base a esto se pretenden coordinar eventos entre estos organismos con lo cual se obtendrá los siguientes beneficios económicos:

**Ilustración 5.5.1.I**

**Cuadro de Costos de financiamiento por Organismos**

MES	NUM DE EVENTOS COORDINADOS	PUBLICIDAD FINANCIADA X OTROS ORGANISMOS
ENERO	3	1,359
FEBRERO	4	1,812
MARZO	1	453
ABRIL	1	453
MAYO	0	0
JUNIO	1	453
JULIO	2	906
AGOSTO	1	453
SEPTIEMBRE	3	1,359
OCTUBRE	3	1,359
NOVIEMBRE	4	1,812
DICIEMBRE	4	1,812
TOTAL	27	12,231

Fuente: Información Propia – Acuerdos Verbales Elaboración Propia

Así tenemos que dado esta estrategia la Fundación se podrá ahorrar más de 12.200 dólares anuales en publicidad, a partir de una opción que no genera gran demanda de recursos.

Así mismo se prevé realizar convenios con la Casa de la Cultura, la cual recogerá los eventos programados en el año calendario para ponerlos a consideración de los demás organismos y al público en general, de la mismo forma se espera lograr un acuerdo con la CAPTUR, de esta manera se obtendrá información de todos los organismos tanto públicos como privados, estos a su vez serán incluidos en la programación de los eventos ya establecidos por nosotros, logrando así no solo la promoción de nuestros eventos culturales sino de todas las entidades culturales, así se podrá constituir un apoyo por parte de todas las instituciones para la promoción de la agenda misma que cubrirá todas las programaciones culturales, para llegar a que estos sean participados a todos los habitantes de la ciudad.

## **5.2. PROGRAMA DE DESARROLLO DE PATROCINIOS, APORTES Y AUSPICIOS**

Para que la fundación logre financiarse y así poder ofrecer el servicio que se piensa prestar, se tiene establecido un programa que contemple la recolección de fondos por medio de 3 estrategias

- Venta de publicidad en el evento: Para que diferentes empresas se publiciten en el evento.
- Búsqueda de patrocinios: Se buscará patrocinadores que permitan canjear costos por anuncios publicitarios o dinero en efectivo
- Aportes de empresas y apoyo de ONG'S: Se buscará diferentes empresas, que decidan ofrecer aportar el 25% de los impuestos sobre la renta (esto no genera desembolso adicional de efectivo a la empresa). Este 25% será destinado únicamente al mejoramiento de la infraestructura del lugar de la fundación.

En base las coordinaciones verbales con las empresas como La Coca Cola, Pilsener, Almacenes Juan Eljuri, Four Points by Sheraton Guayaquil, entre otras, se ha establecido una serie de metas de recolección de patrocinios, venta de publicidad y fondos, este flujo es como sigue:

**Ilustración 5.5.2.II**

**Cuadro de Recolección de Patrocinios y Fondos**

MES	VENTA DE PUBLICIDAD Y PATROCINIOS	APORTES PRIVADOS
ENERO	2,500	2,500
FEBRERO	3,500	3,125
MARZO	2,500	3,906
ABRIL	3,500	4,688
MAYO	2,500	5,391
JUNIO	3,500	5,930
JULIO	2,500	6,226
AGOSTO	4,500	6,382
SEPTIEMBRE	5,500	6,509
OCTUBRE	5,500	6,607
NOVIEMBRE	5,500	6,673
DICIEMBRE	4,200	7,007
TOTAL	45,700	64,944

Fuente: Información Propia – Acuerdos Verbales

Elaboración Propia

Así tenemos que para lograr los objetivos se ha dispuesto crear una serie de folletos que contengan información sobre la fundación, misión, visión y filosofía, así como también los diferentes eventos que se programen. Dado esto se dispondrá visitas a estas empresas para que estas puedan ofrecer las facilidades necesitadas, las cuales tienen como objetivo poder financiar los gastos operativos de la fundación y la publicidad de los eventos.

Los gastos que se incurrirán para poder cumplir estas metas serán:

**Ilustración 5.5.2.III**

**Cuadro de Gastos Operacionales de Convenios**

<b>GASTOS DE INTERRELACIONES</b>					
<b>MES/RUBRO</b>	<b>FOLLETOS</b>	<b>MOVILIZACIÓN</b>	<b>SUMINISTROS</b>	<b>GTOS VARIOS</b>	<b>TOTAL</b>
ENERO	\$75	\$25	\$7.50	\$40	\$147.5
FEBRERO	99.38	33.13	9.94	53	195.45
MARZO	96.09	32.03	9.61	51.25	188.98
ABRIL	122.82	40.94	12.28	65.50	241.54
MAYO	118.37	39.46	11.84	63.13	232.80
JUNIO	141.45	47.15	14.15	75.44	278.19
JULIO	130.89	43.63	13.09	69.81	257.42
AGOSTO	163.23	54.41	16.32	87.06	321.02
SEPTIEMBRE	180.14	60.05	18.01	96.07	354.27
OCTUBRE	181.61	60.54	18.16	96.86	357.17
NOVIEMBRE	182.60	60.87	18.26	97.38	359.11
DICIEMBRE	168.11	56.04	16.81	89.66	330.62
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,659.69</b>	<b>\$553.25</b>	<b>\$165.97</b>	<b>\$885.16</b>	<b>\$3,264.07</b>

Fuente: Información Propia

Elaboración Propia

Así tenemos que en base a estas estrategias se podrá financiar las operaciones de la fundación, la publicidad y la gestión de los eventos.

## **CAPITULO 6**

### **6. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

#### **6.1. ANÁLISIS DE LAS INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

Tal como se ha dicho anteriormente, para poder lograr los objetivos, la misión y la visión, es necesario constituir una fundación, la cual debe ser constituida con un capital mínimo de 400 dólares.

Por otro lado se ha notado que dada la naturaleza de esta organización, ésta tendrá entre sus opciones el lucro, por lo que para que esta pueda funcionar de la mejor forma se debe de tener en cuenta que tiene facultades para recibir aportes ciudadanos, privados y de organismos nacionales o internacionales, ya que para que ésta funcione es necesario una serie de inversiones en activos y capital de trabajo, los cuales deben de ser obtenidos mediante distintos medios.

Así se tiene que se ha presupuestado todas las inversiones necesarias para que la gestión de la fundación sea óptima, tomando en cuenta el montaje de los eventos, la inversión de una oficina, los gastos operativos necesarios para cumplir los objetivos y la constitución de la fundación, dado los rubros necesarios para las inversiones son:

## Ilustración 6.6.1.I

## Cuadro Inicial de Inversión

INVERSIONES			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
<b>EFFECTIVO</b>	1	14,300	14,300
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
COMPUTADORA	9	500	4,500
FAX	1	250	250
AIRE ACONDICIONADO	1	400	400
ESCRITORIOS	9	115	1,035
SILLAS	9	25	225
CAMARA DIGITAL	1	250	250
CAMARA DE VIDEO	1	850	850
OTROS ACTIVOS FIJOS	1	150	150
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	32	2,540	7,660
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	175	175
ARRIENDOS POR ADELANTADO	2	180	360
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	3	355	535
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>			<b>22,495</b>

Fuente: Precios del Mercado

Elaboración Propia

Estas inversiones consideran 3 rubros principales: efectivo, activos fijos y activos diferidos. Así en base a esto se tiene que dentro del efectivo se ha considerado un capital de trabajo correspondiente a 1 mes de operaciones y también a lo correspondiente a los saldos negativos que muestra la fundación los primeros meses de operación, tal como se muestra más adelante; por otro lado se consideró a todos los activos fijos necesarios para el funcionamiento óptimo de la fundación, los gastos

de constituir a la fundación y los arriendos pagados por adelantado que por norma se pide al arrendar una oficina.

Así se tiene que en base a lo anterior dicho, el total de las inversiones necesarias son de 22.495 dólares, los cuales serán financiados de 2 maneras:

1. Aportes propios de los participantes en la fundación.
2. Aportes de organismos de cooperación.

Así se tiene que en base a estas opciones de financiamiento tenemos que del total de las inversiones, la fundación tendrá aportes de los participantes por el total de 8.195 dólares, los cuales corresponden a la suma de lo necesario para la compra de los activos fijos y los activos diferidos, los cuales son los rubros necesarios para montar la infraestructura de la fundación, poder constituir la y tener una instalaciones para poder funcionar eficientemente.

Mientras tanto, el otro rubro faltante será financiado por medio de la gestión para la consecución de aportes de organismos de cooperación, dado esto se tiene que se ha decidido acudir con el proyecto ante el organismo gubernamental INECI<sup>13</sup> (INSTITUTO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL), el cual está bajo la administración del ministerio de relaciones exteriores.

---

<sup>13</sup> Para tener mayor información sobre el INECI, ir al ANEXO I

Este organismo ofrece la cooperación a diversos organismos públicos o privados para la entrega de préstamos no reembolsables, a partir de la gestión de estos por medio de las chancillerías, embajadas y las relaciones de éstas con los diversos organismos no gubernamentales asentados en el país, los cuales facilitan la entrega de recursos a proyectos que tienen que ver con el desarrollo de la poblaciones ecuatoriana en materia de infraestructura y aspecto social.

Así se tiene para todos los proyectos que se enmarque en este tipo de acciones, el Gobierno Nacional creó mediante Decreto Ejecutivo N° 611, de 26 de julio del 2000, el Instituto Ecuatoriano de Cooperación Internacional –INECI-, dependencia adscrita al Ministerio de Relaciones Exteriores, con el fin de implementar un sistema de cooperación técnica para captar, orientar y utilizar de manera más eficiente los recursos provenientes de la cooperación externa y asistencia técnica no reembolsable.

Para que el proyecto sea acogido por el organismo es necesario presentar el plan de trabajo, bajo el formato que estos disponen y basados en las directrices expuestas por el INECI, así se tiene que este proyecto tiene que presentarse en adjunto a una carta de solicitud que será dirigida al titular de este organismo.

El informe del proyecto debe de contener el resumen de la preparación, evaluación y la ejecución de las actividades programadas; su contenido busca por un lado describir la situación que afecta de manera negativa al bienestar de las personas, es decir, los

problemas o necesidades que tiene la población, por otro lado va a describir los objetivos que se buscan alcanzar con la realización del proyecto, además incluye las alternativas que permitirán alcanzar esos objetivos y finalmente con base en las diferentes evaluaciones, que igual forman parte del informe, poder establecer la viabilidad de realizar o no el proyecto.

El informe del proyecto puede ser presentado a dos niveles: a nivel de perfil o a nivel de diseño detallado (factibilidad), dependiendo del avance que exista en las negociaciones para obtener recursos necesarios que permitan llevar adelante el proyecto y, también del criterio emitido por el funcionario; éste determinará cuál es el momento apropiado para la presentación del proyecto a nivel de perfil y de factibilidad.

La preparación del proyecto se realiza a nivel de perfil cuando aún no se dispone de información lo suficientemente detallada y las negociaciones con respecto a la obtención de recursos para financiar el proyecto recién se están iniciando.

La preparación del proyecto a nivel de diseño detallado (factibilidad) implica que la información utilizada es resultado de un trabajo de recopilación más riguroso, por lo tanto la preparación es más detallada y la evaluación por lo general se realizará con base en información de tipo cuantitativa.

El primer paso para obtener recursos de la cooperación técnica no reembolsable será la presentación al INECI del informe del proyecto a nivel de perfil, elaborado siguiendo el “MANUAL METODOLÓGICO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS POR PARTE DE LAS UNIDADES EJECUTORAS”, para luego de que las negociaciones estén más avanzadas, poder ofrecer al INECI, el proyecto completo a modo de factibilidad.

Así en base a esto, se pretende que el INECI financie 14.300 dólares, los cuales como se dijo anteriormente corresponden a recursos no reembolsables. El financiamiento de estos recursos por este organismo es altamente factible, ya que este organismo según investigaciones del presente estudio ha otorgado recursos a proyectos por más de 1.5 millones de dólares, ha financiado proyectos similares por mas de 80.000 dólares y ha habido organismos y municipalidades que se han beneficiado ampliamente de esta institución como las municipalidades de Milagro o Isidro Ayora, u organismos como American Way Services, Children Internacional, entre otros.

## **6.2. PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y COSTOS**

El presupuesto fue calculado en base a las estimaciones de asistentes a los eventos, el costo de las entradas, los costos de organizar un evento, el costo de operar la oficina, el costo de conseguir los aportes, el costo de las interrelaciones con otras organizaciones, entre otros factores<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> Los presupuestos detallados serán presentados en el ANEXO J

Dado esto tenemos que la demanda por cada evento, esta en función al tipo de evento, ya que se ha considerado que eventos de mayor importancia sean programados en la noche, donde se espera mayor asistencia y los eventos de la mañana y tarde se espera una asistencia de aproximadamente 330 individuos, tal como se puede ver el la siguiente tabla:

**Ilustración 6.6.2.II**

**Cuadro de Demanda de Eventos**

MES	TOTAL DE LA DEMANDA		
	MAÑANA	TARDE	NOCHE
ENERO	1.650	1.320	0
FEBRERO	1.320	990	400
MARZO	1.650	660	0
ABRIL	1.980	990	400
MAYO	1.650	990	0
JUNIO	990	660	400
JULIO	1.650	990	0
AGOSTO	990	330	400
SEPTIEMBRE	1.320	1.320	800
OCTUBRE	990	990	800
NOVIEMBRE	1.320	660	800
DICIEMBRE	1.980	990	400
TOTAL	17.490	10.890	4.400

Fuente: Datos de encuestas

Elaboración Propia

Así se tiene que en base a esta asistencia tenemos unos ingresos interesantes, los cuales estuvieron en función a los precios por los distintos eventos programados y la asistencia, tal como se puede ver en la siguiente tabla:

## Ilustración 6.6.2.III

Cuadro de Ingreso por Eventos

MES	INGRESOS			TOTAL
	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MES
ENERO	\$6,270	\$6,600	\$0	\$12,870
FEBRERO	4,950	4,950	3,200	13,100
MARZO	6,600	3,300	0	9,900
ABRIL	7,920	4,950	3,200	16,070
MAYO	6,270	4,950	0	11,220
JUNIO	3,960	3,300	3,200	10,460
JULIO	6,600	4,950	0	11,550
AGOSTO	3,630	1,650	3,200	8,480
SEPTIEMBRE	5,280	6,600	6,400	18,280
OCTUBRE	3,960	4,950	6,400	15,310
NOVIEMBRE	5,280	3,300	6,400	14,980
DICIEMBRE	7,920	4,950	3,200	16,070
TOTAL	\$68,640	\$54,450	\$35,200	\$158,290
*M/T/N: Esta columna acoge a todos los eventos de música, danza y teatro				
** ESPEC: eventos especiales con artistas de gran renombre, programados en horario nocturnos				

Fuente: Datos de encuestas

Elaboración Propia

Así tenemos que tal como se puede ver se espera recibir ingresos por los eventos por más de 158.000 dólares anuales, si se toma en cuenta al número de eventos programados.

Al mismo tiempo, al programar los eventos se tiene que tomar en cuenta los costos que se generan, así se tiene que principalmente la organización de los eventos presenta 3 rubros a calcular: el costo de alquiler, el costo de los artistas y los permisos para los eventos, así se tiene que los costos para la organización de los eventos son:

Ilustración 6.6.2.IV

**Cuadro de Costo de Artistas y Permisos de Funcionamiento**  
**COSTO DE LOS ARTISTAS Y PERMISOS DE**  
**ESPECTÁCULOS**

MES	COSTO TOTAL DE ARTISTAS			COSTO	TOTAL
	MAÑANA	TARDE	NOCHE	PERMISOS	MES
ENERO	\$2,500	\$2,000	\$0	\$45	\$4,545
FEBRERO	2,000	1,500	2,500	40	6,040
MARZO	2,500	1,000	0	35	3,535
ABRIL	3,000	1,500	2,500	50	7,050
MAYO	2,500	1,500	0	40	4,040
JUNIO	1,500	1,000	2,500	30	5,030
JULIO	2,500	1500	0	40	4,040
AGOSTO	1,500	500	2,500	25	4,525
SEPTIEMBRE	2,000	2,000	5,000	50	9,050
OCTUBRE	1,500	1,500	5,000	40	8,040
NOVIEMBRE	2,000	1,000	5,000	40	8,040
DICIEMBRE	3,000	1,500	2,500	50	7,050
<b>TOTAL</b>	<b>\$26,500</b>	<b>\$16,500</b>	<b>\$27,500</b>	<b>\$485</b>	<b>\$70,985</b>

Fuente: Investigación Propia y M.I. Ilustre Municipalidad de Guayaquil Elaboración Propia

Ilustración 6.6.2.V

**Cuadro de Costos Anual de Arriendo del Local**

**COSTOS DE ARRIENDO DEL MAAC**  
**(ARRIENDO DEL ESCENARIO)**

MES	TOTAL DE COSTO DE ARRIENDO			TOTAL
	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MES
ENERO	\$3,500	\$3,360	\$0	\$6,860
FEBRERO	2,800	2,520	1,050	6,370
MARZO	3,500	1,680	0	5,180
ABRIL	4,200	2,520	1,050	7,770
MAYO	3,500	2,520	0	6,020
JUNIO	2,100	1,680	1,050	4,830
JULIO	3,500	2,520	0	6,020
AGOSTO	2,100	840	1,050	3,990
SEPTIEMBRE	2,800	3360	2,100	8,260
OCTUBRE	2,100	2,520	2,100	6,720
NOVIEMBRE	2,800	1,680	2,100	6,580
DICIEMBRE	4,200	2,520	1,050	7,770
<b>TOTAL</b>	<b>\$37,100</b>	<b>\$27,720</b>	<b>\$11,550</b>	<b>\$76,370</b>

Fuente: Dirección Cultural Regional del MAAC

Elaboración Propia

## Ilustración 6.6.2.VI

## Cuadro de Costo Anual de Eventos

**COSTO TOTAL DE EVENTOS**

MES	TOTAL	TOTAL	COSTO	TOTAL
	ARRIENDO	ARTISTAS	PERMISOS	DE COSTOS
ENERO	\$6,860	\$4,545	\$45	\$11,450
FEBRERO	6,370	6,040	40	12,450
MARZO	5,180	3,535	35	8,750
ABRIL	7,770	7,050	50	14,870
MAYO	6,020	4,040	40	10,100
JUNIO	4,830	5030	30	9,890
JULIO	6,020	4,040	40	10,100
AGOSTO	3,990	4,525	25	8,540
SEPTIEMBRE	8,260	9,050	50	17,360
OCTUBRE	6,720	8,040	40	14,800
NOVIEMBRE	6,580	8,040	40	14,660
DICIEMBRE	7,770	7,050	50	14,870
<b>TOTAL</b>	<b>\$76,370</b>	<b>\$70,985</b>	<b>\$485</b>	<b>\$147,840</b>

Fuente: Información Propia

Elaboración Propia

Nótese que se han considerado los costos de los arriendos y que estos varían entre los distintos horarios, así como también los costos de los artistas están en base a las negociaciones hechas con éstos y en base a las directrices de contratación expuestas anteriormente. Los permisos de funcionamiento, así como el resto de rubros están también en función al número de eventos programados para cada mes.

Se ha considerado para la operación de la fundación una serie de gastos, los cuales son mostrados en la siguiente tabla. Estos gastos fueron calculados en base al número de empleados de la organización y a las actividades de la empresa:

**Ilustración 6.6.2.VII**

**Cuadro de Gastos Operativos anual**

<b>GASTOS OPERATIVOS</b>										
MES	SUELDOS	DEPRECIAC	AMORTIZAC	SUMINIST	MOVILIZA	S. BASIC	G. VARIOS	PUBLICID	ARRIENDO	TOTAL
ENERO	\$2,670	\$176.33	\$2.92	\$11.25	\$25	\$250	\$60	\$7,401.92	\$180	\$10,777.42
FEBRERO	2,670	176.33	2.92	14.91	33.13	250	79.5	7,426.30	180	10,833.09
MARZO	2,670	176.33	2.92	14.42	32.03	250	76.875	7,423.01	180	10,825.58
ABRIL	2,670	176.33	2.92	18.42	40.94	250	98.25	7,449.74	180	10,886.60
MAYO	2,670	176.33	2.92	17.76	39.46	250	94.695	7,445.29	180	10,876.45
JUNIO	2,670	176.33	2.92	21.23	47.15	250	113.16	7,468.37	180	10,929.16
JULIO	2,670	176.33	2.92	19.64	43.63	250	104.715	7,457.81	180	10,905.04
AGOSTO	2,670	176.33	2.92	24.48	54.41	250	130.59	7,490.15	180	10,978.88
SEPTIEMBRE	2,670	176.33	2.92	27.02	60.05	250	144.105	7,507.06	180	11,017.48
OCTUBRE	2,670	176.33	2.92	27.24	60.54	250	145.29	7,508.53	180	11,020.85
NOVIEMBRE	2,670	176.33	2.92	27.39	60.87	250	146.07	7,509.52	180	11,023.10
DICIEMBRE	2,670	176.33	2.92	25.22	56.04	250	134.49	7,495.03	180	10,990.03
<b>TOTAL</b>	<b>\$32,040</b>	<b>\$2,115.96</b>	<b>\$35.04</b>	<b>\$248.98</b>	<b>\$553.25</b>	<b>\$3,000</b>	<b>\$1,327.74</b>	<b>\$89,582.73</b>	<b>\$2,160</b>	<b>\$131,063.70</b>

Fuente: Información Propia

Elaboración Propia

Tal como se puede ver aquí se muestran los rubros de gastos que se generara en la fundación, presentado de forma mensual, el cual arroja valores que deben ser financiados mediante otros recursos, como los aportes, negociaciones y patrocinios.

Así se tiene que la fundación para poder financiar sus operaciones recurrirá a los aportes de diversas empresas privadas, a la negociación de patrocinios y a la interrelación con distintas entidades para poder financiar costos de forma conjunta.

Así se tiene que a partir de estas gestiones se pretende obtener aportes y ahorros, tal como se ve en la siguiente tabla:

**Ilustración 6.6.2.VIII**  
**Cuadro Anual de Otros Ingresos**

<b>OTROS INGRESOS</b>					
<b>MES</b>	<b># DE EVENTOS COORDINADOS</b>	<b>PUBLICIDAD FINANCIADA X OTROS ORGANISMOS</b>	<b>VENTA DE PUBLICIDAD Y PATROCINIOS</b>	<b>APORTES PRIVADOS</b>	<b>TOTAL DE OTROS INGRESOS</b>
ENERO	3	\$1,359	\$2,500	\$2,500	\$6,359
FEBRERO	4	1,812	3,500	3,125	8,437
MARZO	1	453	2,500	3,906	6,859
ABRIL	1	453	3,500	4,688	8,641
MAYO	0	0	2,500	5,391	7,891
JUNIO	1	453	3,500	5,930	9,883
JULIO	2	906	2,500	6,226	9,632
AGOSTO	1	453	4,500	6,382	11,335
SEPTIEMBRE	3	1,359	5,500	6,509	13,368
OCTUBRE	3	1,359	5,500	6,607	13,466
NOVIEMBRE	4	1,812	5,500	6,673	13,985
DICIEMBRE	4	1,812	4,200	7,007	13,019
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>\$12,231</b>	<b>\$45,700</b>	<b>\$64,944</b>	<b>\$122,875</b>

Fuente: Información Propia

Elaboración Propia

Por otro lado hay que considerar que los costos de gestionar (Ver Ilustración 5.5.2.XXVII), la cual arroja un total de 3,264.07 dólares. Así se tiene que dado esto aportes, se puede demostrar la factibilidad del proyecto en base al estado de resultado presupuestado, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Ilustración 6.6.2.IX

## Cuadro de Estados de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
MES	INGRESOS	COSTOS EVENTOS	GTOS OPERATIVOS	OTROS INGRESOS	RESULTADO
ENERO	\$12,870	\$11,450	\$10,777.42	\$6,359	\$-2,998.42
FEBRERO	13,100	12,450	10,833.09	8,437	-1,746.09
MARZO	9,900	8,750	10,825.58	6,859	-2,816.58
ABRIL	16,070	14,870	10,886.60	8,641	-1,045.60
MAYO	11,220	10,100	10,876.45	7,891	-1,865.45
JUNIO	10,460	9,890	10,929.16	9,883	-476.16
JULIO	11,550	10,100	10,905.04	9,632	176.95
AGOSTO	8,480	8,540	10,978.88	11,335	296.12
SEPTIEMBRE	18,280	17,360	11,017.48	13,368	3,270.51
OCTUBRE	15,310	14,800	11,020.85	13,466	2,955.15
NOVIEMBRE	14,980	14,660	11,023.10	13,985	3,281.90
DICIEMBRE	16,070	14,870	10,990.03	13,019	3,228.97
TOTAL	\$158,290	\$147,840	\$131,063.70	\$122,875	\$2,261.30

Fuente: Información Propia

Elaboración Propia

Así también puede comprobarse que también el proyecto es sostenible en el largo plazo, tal como lo muestra la siguiente tabla, que contiene el estado de resultado a largo plazo:

Ilustración 6.6.2.X

## Cuadro de Estados de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$158,290	\$158,290	\$158,290	\$158,290	\$158,290
COSTOS EVENTOS	147,840	147,840	147,840	147,840	147,840
RESULTADO BRUTO	10,450	10,450	10,450	10,450	10,450
GASTOS OPERATIVOS	131,063.7	131,063.7	131,063.7	131,063.7	131,063.7
RESULTADO OPERATIVO	-120,613.7	-120,613.7	-120,613.7	-120,613.7	-120,613.7
OTROS INGRESOS	122,875	156,000	156,000	156,000	156,000
RESULTADO NETO	2,261.30	35,386.30	35,386.30	35,386.30	35,386.30

Fuente: Información Propia

Elaboración Propia

Así podemos ver que el proyecto es sostenible y auto sustentable en el corto y en el largo plazo.

Así mismo tiempo al darnos cuenta el comportamiento del flujo de efectivo, la fundación recibe más ingresos que los que gasta, lo cual bien puede valer para que en un futuro esta pueda aumentar el número de servicios, así tenemos que el flujo de efectivos se puede ver en la siguiente tabla:

Ilustración 6.6.2.XI

## Cuadro de Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	0	158,290	158,290	158,290	158,290	158,290
COSTOS EVENTOS	0	147,840	147,840	147,840	147,840	147,840
RESULTADO BRUTO	0	10,450	10,450	10,450	10,450	10,450
GASTOS OPERATIVOS	0	131,063.7	131,063.7	131,063.7	131,063.7	131,063.7
RESULTADO OPERATIVO	0	-120,613.7	-120,613.7	-120,613.7	-120,613.7	-120,613.7
OTROS INGRESOS	0	122,875	156,000	156,000	156,000	156,000
RESULTADO NETO	0	2,261.3	35,386.3	35,386.3	35,386.3	35,386.3
AJUSTES						
DEPRECIACIÓN	0	2,115.96	2,115.96	2,115.96	2,115.96	2,115.96
AMORTIZACION	0	35.04	35.04	35.04	35.04	35.04
TOTAL DE AJUSTES	0	2151	2151	2151	2151	2151
INVERSIONES	-22,495	0	-2,500	-6,500	0	0
INECI	14,300	0	0	0	0	0
VALOR DE DESECHO						1,010
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-8,195	4,412.3	35,037.3	31,037.3	37,537.3	3,8547.3
CAJA INICIAL	0	0	4,412.3	39449.6	70486.9	108,024.2
FLUJO DE CAJA FINAL	-8,195	4,412.3	39,449.6	70,486.9	108,024.2	146,571.5

Fuente: Información Propia

Elaboración Propia

Hay que tomar en cuenta que se propuso como reinversión a partir de las ganancias las compras de los activos que ya han llegado a su vida útil o bien se invirtió en equipos de audio y de implementos para mejorar las presentaciones por valores de 2.500 dólares (año 2) y 6.500 dólares (año 3). Estas inversiones son necesarias para poder mantener el funcionamiento de las oficinas y de los espectáculos en óptimas condiciones.

Mas por otro lado nótese que la fundación obtiene importantes valores positivos a partir del segundo año. Esto valores bien pueden servir a futuro para que la fundación pueda ampliar sus servicios o también pueda subsidiar las entradas para los grupos pobres de la ciudad, construir la sede social de la fundación o bien pueda ofrecer servicios de clases de canto, música, danza o teatro para las personas de escasos recursos.

Mas cabe decir como importante conclusión que queda demostrada la factibilidad del proyecto, ya que este es sostenible tanto a corto como a largo plazo, así como que este proyecto en el largo plazo es auto sustentable, lo cual permite hacer aportes sustanciales a la sociedad guayaquileña.

### 6.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DEL PROYECTO

A partir de los análisis de los presupuestos, se tiene que es necesario medir la sensibilidad del proyecto a diversas variaciones de los factores o componentes financieros, para así poder analizar cual es el grado de factibilidad del proyecto.

Dado esto se ha pretendido presentar varios escenarios en el cual se interactuado con las variables ingresos, costos de los eventos y otros ingresos, en la cual se ha presentado variaciones positivas o negativas según corresponda de el 5 y 10% respectivamente.

Dado esto se ha podido ver que las variaciones de estos factores como tal no comprometen al proyecto al largo plazo, mas si lo comprometen en el corto plazo (primeros años), ya que esta variaciones dejan ver resultados negativos a los primeros años, mas luego aunque esta variación sea sostenible a largo plazo, las perspectivas de la organización permite mostrar que este proyecto es sostenible y auto sustentable a largo plazo.

Así podemos ver en base a los resultados mostrados en el anexo K el comportamiento de las proyecciones financieras de la fundación en un análisis a 5 años, los cuales muestran las conclusiones a las cuales se llegaron anteriormente.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. En base a los resultados y análisis financieros, se puede notar la factibilidad del proyecto, el cual es sostenible y auto sustentable tanto a corto como a largo plazo.

Recomendación: Lograr el financiamiento necesario para que el proyecto alcance sus objetivos, a partir de los aportes propios, organismos de cooperación, interrelaciones con otros organismos, patrocinios y aportes privados.

2. La mayoría de los eventos que presentan actualmente las entidades tanto públicas como privadas no están enfocados a reasaltar la cultura guayaquileña, lo que impide la revalorización de sus costumbres a través de ellos.

Recomendación: Reformar el lanzamiento de los eventos o que se promocionen y ejecuten eventos inéditos relacionados a la cultura nacional.

3. La falta de promoción turística y difusión de eventos no permite que la ciudadanía tenga conocimiento de lo que se ofrece en la ciudad.

Recomendación: Proponer y ejecutar alianzas entre organismos para mantener un beneficio mutuo en la difusión de los eventos.

4. Para la realización del presente proyecto se contará con el apoyo y patrocinio de empresas privadas y ONG'S, Instituto Ecuatoriano de Cooperación Internacional (INECI).

Recomendación: Se deberá mantener todos los informes financieros sobre el manejo de recursos y permisos que conforman la fundación en orden; de tal manera que se conserve el apoyo de dichas instituciones.

5. Actualmente no existe un cronograma establecido en un año calendario de las programaciones culturales que la ciudad ofrece, lo que dificulta la elaboración de un plan esquemático de las entidades estudiantiles para su participación y asistencia a los mismos.

Recomendación: Se recomienda establecer una agenda que promocióne eventos inéditos establecidos con fechas horarios y público a quien va dirigido el evento.

6. La ejecución del presente proyecto y la consecuente difusión de la agenda cultural permitirá elevar el nivel cultural de la ciudadanía guayaquileña que asista a los eventos programados

Recomendación: Ejecutar el presente proyecto.

# ANEXOS

## ANEXO A

# CULTURA

EVENTO	FECHA	LUGAR - SEDE	EMPRESA ORGANIZADORA	TELEFONOS - FAX	E - MAIL / WEB SITE	RESPONSABLE	DESCRIPCION Y COSTO
Club del Libro	01. Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	Dirigido por el Profesor Juan Carlos Cuccalón. Lectura y Análisis de los Últimos Libros Premiados en el Mundo Editorial. Horario: 18h00 a 20h00 Valor: \$7.50 Por Clase
Exposición de Obras Ganadoras del Salón de Julio 2005, "Fundación de Guayaquil"	01 - 23 Agosto	Guayaquil, Museo Municipal	M. I. Municipalidad de Guayaquil	Tel: (593-4) 2524100 ext 7308	e-mail: partieda1@hotmail.com, ccea@gye.satnet.net	Peggy Artieda	Salas Polivalente y de Arte Contemporáneo y Museo Municipal. De 09h00 a 17h00
Programa Encuentros "Divas Vegetales: Las Orquídeas"	02. Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	A presentarse a las 19h00 en el Teatro Experimental.
Martes del Cine Francés	02. Agosto	Guayaquil, Alianza Francesa de Guayaquil (Hurtado 436 y José Mascote)	Alianza Francesa de Guayaquil	Tel: (593-4) 2532009, Fax: (593-4) 2511551	e-mail: culture@afgye.com	Danny Arteaga	Proyección de películas de producción francesa subtíuladas en español. Auditorio: 19h00 / Entrada libre
Exposición de cerámica "Retrospectiva" de Eduardo Segovia	03 - 18 de Agosto	Guayaquil, Alianza Francesa de Guayaquil (Hurtado 436 y José Mascote)	Alianza Francesa de Guayaquil	Tel: (593-4) 2532009, Fax: (593-4) 2511551	e-mail: culture@afgye.com	Danny Arteaga	Inauguración: 19h00. Galería de Arte: de 9h00 a 13h00 y de 15h00 a 19h00 / Entrada libre
Café Concert "Noche Mexicana con Freddy Rivadeneira"	05. Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	A presentarse a las 20h30 en el Teatro Experimental.
Festival Artístico Música y Danza	06. Agosto	Guayaquil, Teatro José de la Cuadra	M. I. Municipalidad de Guayaquil	Tel: (593-4) 2524100 ext 7308	e-mail: partieda1@hotmail.com, ccea@gye.satnet.net	Peggy Artieda	A desarrollarse en el Teatro José de la Cuadra, Plaza Colón, a las 16h00
Concierto de música electroacústica Artista Juan Parra Cancino	06. Agosto	Guayaquil, Museo Municipal	M. I. Municipalidad de Guayaquil	Tel: (593-4) 2524100 ext 7308	e-mail: partieda1@hotmail.com, ccea@gye.satnet.net	Peggy Artieda	Auditorio del Museo Municipal A las 17h00
Titeres con Ana Von Buchwald	07. Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	A presentarse a las 11h00 en el Teatro Experimental.
Festival de Coros	08. Agosto	Guayaquil, Teatro José de la Cuadra	M. I. Municipalidad de Guayaquil	Tel: (593-4) 2524100 ext 7308	e-mail: partieda1@hotmail.com, ccea@gye.satnet.net	Peggy Artieda	Participa el Coro de Cámara de la Casa de la Cultura, Plaza Colón. A las 20h00
Recital de Canto "Boleros y Tangos"	08. Agosto	Guayaquil, ESPOL (Campus Las Peñas)	ESPOL, Departamento Cultural	Tel: (593-4) 2530522	e-mail: yela@espol.edu.ec	Yela Loffredo de Klein	Recital de Canto "Boleros y Tangos". Nerio David deleitará a su público con boleros y tangos, acompañado del concertista Omar Domínguez. Se realizará el acto en el Aula Magna de la Espol a las 19h00. Entrada libre
Conferencia "Mediación y solución de conflictos"	08. Agosto	Guayaquil, Alianza Francesa de Guayaquil (Hurtado 436 y José Mascote)	Alianza Francesa de Guayaquil	Tel: (593-4) 2532009, Fax: (593-4) 2511551	e-mail: culture@afgye.com	Danny Arteaga	Exponentes: Dr. Armando Castanedo Abay, Asesor legal del Foro Mundial de Mediación; y Ab. Mildred Ramírez de Córdova, Magister en Derecho internacional y mediadora comunitaria Auditorio: 19h00 / Entrada libre
Taller: Asesoría para Redacción e Investigación	08. Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	Dictado por el profesor Juan Carlos Cuccalón. En este taller daremos forma y pondremos en orden nuestros textos literarios. Horario: 18h00 a las 18h00. Días: 8 y 22 de agosto del 2005. Valor: \$7.50 por clase. (Aula - Biblioteca del Centro de Arte)
Taller: ESPLENDORES DE GRECIA Y ROMA	09. Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	Este Taller ha Finalizado con el Estudio de Grecia, pero continúa con Roma. El Licenciado Erwin Buendía es el Profesor encargado de este Taller. Horario: 17h00 a 19h00. Valor: \$10 Por Sesión
Conferencia "Temas relativos al tratado de la Constitución de la Comunidad Europea"	09. Agosto	Guayaquil, Alianza Francesa de Guayaquil (Hurtado 436 y José Mascote)	Alianza Francesa de Guayaquil	Tel: (593-4) 2532009, Fax: (593-4) 2511551	e-mail: culture@afgye.com	Danny Arteaga	A cargo del Dr. Bernardo Manzano, abogado, catedrático de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Auditorio: 19h00 / Entrada libre.
Exposición de pinturas de Ignacio Silva	09 - 24 Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	Se realizará en la Sala de Exposiciones a partir de las 19h30, y se mantendrá expuesta hasta el 24 de Agosto de lunes a viernes de 13h00 a 19h00
Teatro: "Diverticentos" y "La misma historia, una historia de amor... al arte"	11. Agosto	Guayaquil, Alianza Francesa de Guayaquil (Hurtado 436 y José Mascote)	Alianza Francesa de Guayaquil	Tel: (593-4) 2532009, Fax: (593-4) 2511551	e-mail: culture@afgye.com	Danny Arteaga	Producido por TEATRO POSTAL Arte Itinerante de Perú. Actuación y dirección: Gustavo Cabrera Diverticentos: 17h00. La misma historia, una historia de amor... al arte: 20h00. Auditorio, Entrada libre

## ANEXO A 1

### CULTURA

EVENTO	FECHA	LUGAR - SEDE	EMPRESA ORGANIZADORA	TELEFONOS - FAX	E - MAIL / WEB SITE	RESPONSABLE	DESCRIPCION Y COSTO
Titeres con Grupo Arco Iris	14. Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	Se realizará en el Teatro Experimental a las 11h00
Club del Libro	15. Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	Dirigido por el Profesor Juan Carlos Cucalón. Lectura y Análisis de los Últimos Libros Premiados en el Mundo Editorial. Horario: 18h00 a 20h00 Valor: \$7 50 Por Clase
XXVII Festival Intemacional de Coros	15 - 20 Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	El festival se inicia a las 20h00 en el Teatro Principal
Exposición fotográfica "Guayaquil, personajes andrinos y su memoria colectiva" de Ángel Pescara	16. Agosto - 06 Septiembre	Guayaquil, Alianza Francesa de Guayaquil (Hurtado 436 y José Mascote)	Alianza Francesa de Guayaquil	Tel: (593-4) 2532009, Fax: (593-4) 2511551	e-mail: culture@afgye.com	Danny Arteaga	Inauguración: 19h00. Galería de Arte: de 9h00 a 13h00 y de 15h00 a 19h00 / Entrada libre
Concierto de la Orquesta Sinfónica de Guayaquil	16 Agosto	Guayaquil, Museo Municipal	M. I. Municipalidad de Guayaquil	Tel: (593-4) 2524100 ext 7308	e-mail: partieda1@hotmail.com, ccea@gye.satnet.net	Peggy Artieda	Auditorio del Museo Municipal A las 19h00
Titeres con Ana von Buchwald	21. Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	A presentarse a las 11h00 en el Teatro Experimental
Martes del Cine Francés	23. Agosto	Guayaquil, Alianza Francesa de Guayaquil (Hurtado 436 y José Mascote)	Consulado de Francia, la Alianza Francesa y la Cámara de Comercio e Industrias Franco Ecuatoriana	Tel: (593-4) 2532009, Fax: (593-4) 2511551	e-mail: culture@afgye.com	Danny Arteaga	Proyección de películas de producción francesa subtuladas en español. Auditorio: 19h00 / Entrada libre
Happy Hour con el Ballet del Teatro Centro de Arte	24. Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	A realizarse en Teatro Experimental - a partir de las 19h00
Teatro: "Los que se quedan" y "La casa del qué dirán", piezas cortas de José Martínez Queirolo	25 - 26 Agosto	Guayaquil, Alianza Francesa de Guayaquil (Hurtado 436 y José Mascote)	Alianza Francesa de Guayaquil	Tel: (593-4) 2532009, Fax: (593-4) 2511551	e-mail: culture@afgye.com	Danny Arteaga	A cargo del Taller teatral de la Alianza Francesa, bajo la dirección de Carlos Usher. Auditorio: 19h00 / Adhesión: \$ 3.00
"Vaselina" con Danzas Jazz	26 - 28 Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	Obra que se presenta en el Teatro Principal. Horas: 12h30 - 19h00 - 20h30
Seminario Taller "La Historia del Ecuador desde un enfoque	27. Agosto	Guayaquil, Museo Municipal	M. I. Municipalidad de Guayaquil	Tel: (593-4) 2524100 ext 7308	e-mail: partieda1@hotmail.com, ccea@gye.satnet.net	Peggy Artieda	Auditorio del Museo Municipal De 08h00 a 14h30
Martes del Cine Francés	30. Agosto	Guayaquil, Alianza Francesa de Guayaquil (Hurtado 436 y José Mascote)	Consulado de Francia, la Alianza Francesa y la Cámara de Comercio e Industrias Franco Ecuatoriana	Tel: (593-4) 2532009, Fax: (593-4) 2511551	e-mail: culture@afgye.com	Danny Arteaga	Proyección de películas de producción francesa subtuladas en español. Auditorio 19h00 / Entrada libre
Concierto de la Orquesta de Cámara del Museo Municipal	31. Agosto	Guayaquil, Museo Municipal	M. I. Municipalidad de Guayaquil	Tel: (593-4) 2524100 ext 7308	e-mail: partieda1@hotmail.com, ccea@gye.satnet.net	Peggy Artieda	Auditorio del Museo Municipal A las 19h00
Jóvenes Talentos - Rondalla de	31. Agosto	Guayaquil, Alianza Francesa de Guayaquil (Hurtado 436 y J. Mascote)	Alianza Francesa de Guayaquil	Tel: (593-4) 2532009, Fax: (593-4) 2511551	e-mail: culture@afgye.com	Danny Arteaga	Auditorio. 19h00 / Entrada libre
Turismo de la ESPOL Taller: TEATRO LEIDO	Agosto	Guayaquil, Teatro Centro de Arte (Av. del Bombero Km 4 1/2 vía a la Costa)	Fundación Sociedad Femenina de Cultura	Tel: (593-4) 2351213 (taquilla) 2353575	e-mail: sfdc@gye.satnet.net	Margarita Roca	Bajo la dirección de la actnz Manna Salvarezza de Garcia. Se necesitan voces masculinas, están invitados todos los caballeros a participar en la puesta en escena. Horario: 18h00



## ANEXO C

TABULACIÓN DE CUESTIONARIO																							
Código para preguntas				1	2	3						4						5	6	7	9	10	
				IMPORTANCIA						COSTO													
No.	EDAD	SEXO	SECTOR	LUGAR	FREC.	CONCIER	CHARLA	RECO	OBRAS	EXPO	BIENAL	CONCIER	RECORR	EXPO.	CHARLA	OBRAS	BIENAL	DIAS	NIÑOS	TIP. TEATR	REC. MED.	TIEMPO	
1	17	0	3	2	3	6	1	2	5	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	2	
2	18	1	1	1	3	1	2	3	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	2	
3	18	1	2	2	2	6	4	5	3	2	1	12,5	14	10	6	12,5	25	0	1	2	1	1	
4	16	1	3	1	1	1	5	2	4	3	6	12,5	14	10	6	12,5	25	0	1	2	3	1	
5	18	1	3	3	2	4	3	2	5	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2	
6	18	1	1	2	4	2	3	4	1	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2	
7	18	1	1	4	6	1	6	4	2	3	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1	
8	18	1	3	2	1	2	1	5	3	4	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2	
9	18	1	1	2	1	1	5	4	3	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2	
10	18	0	1	2	6	6	3	5	2	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	2	2	
11	18	1	1	2	4	1	4	3	2	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	1	1	2	
12	18	1	3	4	1	6	1	3	2	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	5	
13	18	1	3	2	3	2	5	1	3	6	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	1	3	1	
14	18	1	3	2	3	2	4	5	3	1	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	4	
15	18	1	3	3	3	6	2	3	1	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1	
16	18	1	3	4	4	1	6	2	3	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	2	
17	18	0	1	2	4	1	3	6	4	2	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1	
18	18	0	2	1	2	1	4	2	5	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	4	2	1	
19	18	1	1	2	4	1	3	5	2	4	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2	
20	19	0	3	5	1	1	4	3	6	5	2	12,5	18	13,5	6	12,5	15	0	1	2	2	1	
21	19	0	1	2	3	2	3	4	6	5	1	7,5	18	6,5	4	17,5	15	0	0	2	1	1	
22	19	1	1	2	3	1	3	2	4	6	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	3	2	3	
23	19	1	1	4	3	1	4	5	6	3	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	1	3	
24	19	1	1	4	3	5	6	4	3	1	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2	
25	19	0	1	4	2	3	4	5	1	2	6	17,5	18	6,5	4	17,5	15	0	1	4	1	2	
26	19	0	2	2	1	6	1	2	3	4	5	7,5	18	13,5	9	17,5	35	0	1	1	1	5	
27	19	0	1	2	1	1	4	5	6	3	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1	
28	19	1	1	2	5	3	1	4	2	6	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2	
29	19	1	2	6	2	1	4	5	3	6	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2	
30	19	0	3	2	5	5	1	4	2	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1	
31	19	1	1	2	5	5	3	4	2	1	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	3	
32	20	0	1	3	1	3	4	5	6	1	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	2	1	
33	20	0	1	2	4	6	3	1	2	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2	
34	20	0	2	1	3	1	3	2	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	3	
35	20	1	3	2	4	4	3	6	5	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1	
36	20	0	1	2	1	1	2	6	3	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	1	1	1	
37	20	0	2	2	2	3	2	5	1	4	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	3	
38	20	0	3	3	3	2	3	5	4	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	2	3	3	
39	20	0	1	3	1	1	2	3	6	5	4	12,5	10	6,5	4	12,5	25	0	1	2	3	1	
40	20	0	3	2	2	4	5	1	2	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2	
41	20	0	3	2	1	1	4	6	3	2	5	17,5	14	10	6	7,5	25	0	1	2	2	2	
42	20	0	3	1	3	2	4	1	3	5	6	12,5	14	6,5	6	7,5	15	0	1	1	2	3	
43	20	1	1	4	4	1	5	4	6	2	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	3	1	2	

## ANEXO C 1

TABULACIÓN DE CUESTIONARIO																						
Código para preguntas				1		2		3					4					5	6	7	9	10
No.	EDAD	SEXO	SECTOR	LUGAR	FREC.	IMPORTANCIA					COSTO					DIAS	NIÑOS	TIP. TEATR	REC. MED.	TIEMPO		
						CONCIER	CHARLA	RECO	OBRAS	EXPO	BIENAL	CONCIER	RECORR	EXPO.	CHARLA						OBRAS	BIENAL
44	20	1	1	2	2	3	4	5	2	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
45	20	1	2	2	5	1	2	5	4	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	1	3	3
46	20	1	1	4	4	1	4	5	2	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	2
47	20	1	1	3	4	1	6	2	3	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	4	2	2
48	20	1	3	1	3	2	1	4	5	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	3
49	21	0	2	2	1	6	1	2	3	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	3	1	2
50	21	0	1	3	4	1	3	5	4	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	2
51	21	1	3	1	5	1	3	4	2	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	4	2	1
52	21	0	1	3	5	4	6	5	2	1	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	1	2	1
53	21	0	3	4	2	3	4	2	6	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	4
54	21	1	1	2	3	6	2	4	3	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
55	21	1	1	4	3	6	2	3	4	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	3	1
56	21	0	1	2	3	6	2	1	5	3	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
57	21	0	1	2	4	4	1	3	5	6	2	12,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	2
58	21	1	1	2	1	2	6	1	5	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	3
59	21	1	1	4	2	1	2	3	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	1
60	21	0	1	4	5	6	2	3	5	4	1	12,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2
61	21	1	1	2	4	6	2	4	3	5	1	12,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
62	21	1	1	4	5	5	3	2	4	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
63	22	0	1	2	4	6	2	5	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
64	22	1	1	2	1	6	1	4	5	3	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	2
65	22	0	1	2	1	6	3	2	5	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
66	22	0	1	2	3	4	5	6	1	2	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
67	22	1	1	2	2	5	4	2	6	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	3	2
68	22	1	3	1	3	6	5	2	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	2	1
69	22	0	1	2	2	6	2	5	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	3	1
70	22	1	3	5	5	1	4	2	5	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	4	1	1
71	22	1	1	4	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	1	1	1
72	22	0	2	4	1	6	5	3	4	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1
73	22	0	2	1	2	2	1	5	4	6	3	17,5	10	13,5	9	17,5	15	0	0	2	1	3
74	22	0	1	1	1	4	3	2	5	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	3
75	22	0	3	2	1	4	3	5	1	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	3	2	1
76	22	1	1	3	2	6	3	2	5	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
77	22	0	3	2	2	4	2	1	3	6	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
78	22	0	1	5	6	4	5	2	3	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	3	2	2
79	23	0	1	2	4	5	4	6	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	2	2
80	23	1	3	5	3	1	2	3	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	2	2
81	23	1	1	1	2	6	5	2	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	3
82	23	1	2	3	3	4	5	1	2	6	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	3	4	1
83	23	1	2	3	3	5	4	3	2	1	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	3	4	1
84	23	0	1	2	3	1	6	2	5	3	4	12,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
85	23	0	1	2	2	5	6	4	3	2	1	7,5	18	10	4	17,5	15	0	1	2	1	2

## ANEXO C 2

TABULACIÓN DE CUESTIONARIO																						
Código para preguntas				1	2	3						4						5	6	7	9	10
No.	EDAD	SEXO	SECTOR	LUGAR	FREC.	IMPORTANCIA						COSTO						DIAS	NIÑOS	TIP. TEATR	REC. MED.	TIEMPO
						CONCIER	CHARLA	RECO	OBRAS	EXPO	BIENAL	CONCIER	RECORR	EXPO.	CHARLA	OBRAS	BIENAL					
86	23	0	1	2	4	3	4	5	1	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	3
87	23	0	1	2	4	6	2	3	4	5	1	12,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	3
88	23	0	1	4	3	6	4	5	1	2	3	7,5	10	13,5	6	12,5	15	0	0	1	3	1
89	23	1	3	2	6	4	1	3	2	5	6	7,5	10	6,5	9	7,5	15	0	0	2	3	1
90	23	1	1	2	4	1	3	2	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
91	23	1	1	2	1	1	5	6	3	4	2	7,5	14	6,5	6	7,5	15	0	1	1	4	1
92	23	0	3	4	4	6	2	3	5	4	1	17,5	18	13,5	9	17,5	35	0	1	2	1	2
93	23	1	1	2	2	5	2	6	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1
94	23	0	3	1	4	3	2	5	6	4	1	12,5	10	6,5	6	12,5	25	0	1	2	4	2
95	23	0	1	2	2	5	2	3	6	4	1	17,5	14	13,5	6	17,5	25	0	0	1	1	1
96	23	1	1	2	1	6	1	5	3	2	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	4	1
97	23	0	3	3	4	5	6	4	3	1	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	1
98	23	1	2	5	3	2	5	1	4	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	4	2	3
99	23	1	1	2	2	6	3	2	5	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	2
100	23	0	3	2	2	5	4	2	3	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1
101	24	0	2	2	6	5	4	3	6	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	3
102	24	1	3	4	3	3	5	6	1	4	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	3	3	5
103	24	1	1	4	3	1	2	3	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	2	4
104	24	0	2	1	1	5	4	2	1	6	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	2	1
105	24	1	3	2	4	4	1	5	2	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
106	24	0	1	4	2	4	1	3	2	6	5	17,5	14	6,5	4	17,5	25	0	1	2	2	2
107	24	0	2	2	2	5	4	1	6	3	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
108	24	0	3	4	4	1	3	6	4	5	2	12,5	18	6,5	4	7,5	15	0	0	3	1	2
109	24	0	2	2	3	3	2	5	4	6	1	17,5	14	10	6	12,5	25	0	1	2	2	2
110	24	0	2	2	6	6	2	4	3	5	1	7,5	18	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	1
111	24	1	3	3	4	2	3	4	6	5	1	17,5	14	10	6	12,5	15	0	1	2	1	1
112	24	1	1	4	4	5	2	1	6	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	4
113	24	1	1	2	2	5	1	3	4	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
114	24	0	3	5	2	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
115	24	1	1	4	4	6	1	5	3	4	2	12,5	18	10	6	17,5	25	1	1	2	1	1
116	24	1	3	2	4	2	5	3	6	4	1	12,5	10	10	6	12,5	15	0	1	2	2	2
117	24	0	2	4	2	6	5	2	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
118	24	1	1	2	1	1	4	3	5	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
119	24	0	2	2	3	3	2	4	5	6	1	12,5	14	6,5	4	12,5	15	0	1	1	3	1
120	24	0	2	4	5	6	2	5	3	1	4	17,5	10	6,5	4	12,5	15	0	1	1	3	2
121	24	0	1	2	6	4	3	2	1	5	6	17,5	18	10	6	7,5	35	0	0	1	3	5
122	25	0	1	4	1	1	4	3	5	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	2	2
123	25	0	3	2	3	3	4	5	2	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	3	4	2
124	25	1	1	5	2	2	4	1	3	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
125	25	1	1	2	1	4	6	5	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
126	25	1	1	2	2	4	5	1	6	3	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
127	25	1	1	2	2	3	1	5	2	4	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1

### ANEXO C 3

TABULACIÓN DE CUESTIONARIO																						
Código para preguntas				1	2	3						4					5	6	7	9	10	
No.	EDAD	SEXO	SECTOR	LUGAR	FREC.	IMPORTANCIA						COSTO					DÍAS	NIÑOS	TIP. TEATR	REC. MED.	TIEMPO	
						CONCIER	CHARLA	RECO	OBRAS	EXPO	BIENAL	CONCIER	RECORR	EXPO.	CHARLA	OBRAS	BIENAL					
128	25	1	1	2	3	3	4	2	6	5	1	17,5	18	13,5	4	17,5	15	0	0	1	3	2
129	25	1	2	4	4	2	1	6	5	4	3	12,5	10	6,5	4	12,5	15	0	1	2	3	2
130	25	0	1	5	5	5	4	2	6	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	2
131	25	1	1	2	2	4	3	6	5	2	1	17,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	1	1
132	25	1	3	1	6	4	3	2	1	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
133	25	0	3	1	1	4	1	5	6	3	2	17,5	14	10	6	12,5	15	0	1	1	1	1
134	25	1	1	2	3	6	3	5	4	2	1	17,5	14	10	4	12,5	15	0	1	2	1	2
135	25	1	3	4	3	2	3	4	1	5	6	17,5	10	6,5	6	17,5	15	0	1	2	3	3
136	25	0	1	2	2	2	1	4	3	5	6	17,5	14	10	4	17,5	25	0	1	1	1	2
137	25	0	1	4	2	5	1	2	4	6	3	17,5	10	13,5	6	12,5	15	0	0	3	4	1
138	25	0	1	2	1	6	4	2	1	3	5	12,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
139	40	1	1	1	3	3	2	1	6	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
140	40	0	3	1	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
141	40	1	1	1	3	3	4	2	1	6	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	1
142	40	0	3	4	6	1	6	5	4	3	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	1
143	40	0	3	2	4	6	3	2	5	1	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	2	1
144	40	0	2	1	1	6	4	5	2	1	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	2	3	2
145	40	1	1	2	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	3	1	1
146	41	1	1	1	4	4	2	1	3	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
147	41	0	1	2	4	2	4	3	5	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	2
148	41	1	3	4	3	6	4	5	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	4
149	41	1	2	1	3	3	2	1	6	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
150	41	1	2	1	3	3	2	1	6	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
151	41	1	2	1	3	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
152	41	1	1	1	3	2	3	1	5	4	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
153	42	1	3	1	2	6	5	4	2	1	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
154	42	1	1	2	2	6	5	1	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	1	1	1
155	43	1	1	1	3	5	6	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
156	43	1	3	2	2	2	4	5	1	6	3	17,5	14	13,5	6	12,5	15	0	1	1	1	2
157	43	1	3	2	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	2	1
158	43	1	3	2	2	1	6	5	2	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
159	44	1	1	2	2	2	3	4	5	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	2	2
160	45	1	1	2	1	3	4	6	5	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
161	45	1	3	1	6	5	4	3	6	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	1
162	45	1	3	1	3	3	4	6	1	2	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	1
163	45	1	1	1	3	5	6	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
164	45	1	1	1	4	3	2	1	5	6	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
165	46	1	1	1	3	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
166	46	1	3	1	3	2	5	6	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
167	46	0	1	2	1	3	5	4	1	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
168	47	0	1	2	2	1	4	3	6	5	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2
169	47	1	1	2	6	5	6	3	4	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	2

## ANEXO C 4

TABULACIÓN DE CUESTIONARIO																						
Código para preguntas			1	2	3 IMPORTANCIA							4 COSTO						5	6	7	9	10
No.	EDAD	SEXO	SECTOR	LUGAR	FREC.	CONCIER	CHARLA	RECO	OBRAS	EXPO	BIENAL	CONCIER	RECORR	EXPO.	CHARLA	OBRAS	BIENAL	DÍAS	NIÑOS	TIP. TEATR	REC. MED.	TIEMPO
170	48	1	1	1	1	2	6	1	5	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
171	50	0	3	2	1	5	6	4	2	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	3	1	1
172	54	0	1	2	4	6	3	2	4	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
173	55	1	1	2	1	2	1	5	3	4	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
174	57	0	3	3	3	4	5	3	2	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	3	2	2
175	57	0	3	2	3	4	3	1	6	5	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
176	58	1	1	2	1	2	6	5	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	4	3	1
177	58	0	1	2	2	3	6	1	4	2	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	4	1
178	55	0	2	2	5	1	5	2	4	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	2
179	60	0	3	1	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
180	39	1	2	1	3	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
181	38	1	2	1	3	6	5	4	2	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
182	38	1	2	1	3	5	6	1	4	3	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
183	38	1	3	2	2	3	6	2	5	4	1	12,5	10	13,5	6	12,5	25	0	1	2	1	1
184	38	1	2	2	2	2	5	4	6	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
185	38	1	1	3	4	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	4	2
186	38	1	3	2	4	5	2	6	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
187	38	1	1	2	1	1	6	2	5	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
188	38	1	1	2	4	4	6	3	5	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1
189	38	0	3	2	4	5	3	4	2	1	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	1
190	37	0	3	1	4	6	3	2	4	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
191	36	0	1	3	1	3	4	5	1	6	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	2
192	36	1	1	2	3	2	1	6	5	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	3
193	35	0	3	2	6	6	3	4	1	2	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
194	35	0	3	2	2	4	3	2	6	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	1
195	35	0	1	5	3	2	4	3	5	1	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
196	35	1	1	3	2	4	5	3	6	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
197	34	1	1	2	3	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
198	34	1	2	1	2	6	4	1	2	5	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
199	34	1	1	2	2	5	1	6	2	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
200	34	0	3	2	6	1	3	6	4	5	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
201	34	1	2	4	2	6	1	3	2	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
202	34	1	3	4	1	6	2	4	3	1	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	1	3	1
203	33	0	2	2	2	6	3	1	2	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
204	33	1	1	2	4	3	5	4	6	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
205	33	0	3	1	3	2	1	5	3	4	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	2
206	33	1	2	2	4	3	4	1	5	6	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	2
207	33	0	1	2	2	3	2	1	6	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	4	1
208	33	0	3	2	3	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	2
209	33	0	3	2	2	2	4	1	5	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	2
210	33	1	1	2	1	6	4	5	3	2	1	17,5	14	13,5	4	12,5	15	0	1	2	1	2
211	33	1	3	1	1	3	4	5	6	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	5

## ANEXO C 5

TABULACIÓN DE CUESTIONARIO																						
Código para preguntas				1		2		3					4					5	6	7	9	10
No.	EDAD	SEXO	SECTOR	LUGAR	FREC.	IMPORTANCIA					COSTO					DIAS	NIÑOS	TIP. TEATR	REC. MED.	TIEMPO		
						CONCIER	CHARLA	RECO	OBRAS	EXPO	BIENAL	CONCIER	RECORR	EXPO.	CHARLA						OBRAS	BIENAL
212	32	1	3	5	2	2	3	1	4	5	6	17,5	14	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	2
213	32	1	3	2	3	5	4	3	2	6	1	7,5	18	6,5	9	7,5	15	0	1	2	2	2
214	32	1	3	2	2	6	3	2	4	5	1	12,5	18	10	9	7,5	15	0	1	2	2	1
215	32	1	3	2	4	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
216	32	0	1	4	3	1	6	2	3	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	2
217	31	1	3	2	5	5	4	1	3	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	2
218	31	0	3	2	6	2	4	5	3	1	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
219	31	1	3	2	2	6	2	1	3	5	4	17,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
220	31	1	3	2	5	2	4	5	1	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	1
221	31	1	1	3	2	4	3	2	1	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
222	30	1	1	2	2	3	4	1	5	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	1
223	30	1	3	1	1	5	6	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	1
224	30	0	1	2	3	3	2	1	6	2	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1
225	30	0	2	5	3	5	6	2	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	4	4
226	30	1	3	2	1	4	3	5	2	1	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	2
227	30	0	1	3	5	5	6	2	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
228	30	0	2	1	2	1	2	3	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	2	2
229	30	0	3	2	3	4	6	1	2	3	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	2
230	30	0	1	2	4	4	5	3	1	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	1
231	30	0	1	2	2	2	4	3	5	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
232	30	1	3	4	6	4	6	3	2	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
233	30	1	3	2	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
234	30	1	3	2	2	5	6	2	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	2
235	29	1	1	2	3	5	6	2	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	1	3	2
236	29	1	1	2	1	1	5	4	3	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	3	1	1
237	29	0	1	2	3	3	6	2	5	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	1	3	1
238	29	1	1	2	5	5	3	2	4	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	3
239	29	1	3	2	5	3	1	2	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
240	29	0	3	3	1	5	3	4	6	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
241	29	0	2	2	3	6	3	1	5	4	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	1
242	29	0	3	1	5	5	4	3	2	1	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
243	29	1	1	2	1	5	4	1	2	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
244	29	1	1	2	6	1	2	6	3	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
245	29	0	1	2	5	6	3	2	5	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1
246	29	0	2	2	4	6	2	4	5	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
247	29	0	3	2	5	4	1	6	5	2	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	2	1
248	28	0	1	4	4	3	1	5	4	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	2	2
249	28	1	1	2	3	6	4	5	3	1	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2
250	28	1	3	3	2	1	5	4	3	6	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
251	28	1	3	5	5	4	6	5	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	3	4	1
252	28	1	2	1	3	4	5	3	2	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	1
253	28	1	1	2	2	2	3	4	6	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	1	1	1

## ANEXO C 6

TABULACIÓN DE CUESTIONARIO																											
Código para preguntas				1		2		3					4					5		6		7		9		10	
No.	EDAD	SEXO	SECTOR	LUGAR	FREC.	IMPORTANCIA					COSTO					DÍAS	NIÑOS	TIP. TEATR	REC. MED.	TIEMPO							
						CONCIER	CHARLA	RECO	OBRAS	EXPO	BIENAL	CONCIER	RECORR	EXPO.	CHARLA						OBRAS	BIENAL					
254	28	0	2	2	2	2	5	4	2	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1					
255	28	1	3	2	2	6	4	5	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	2					
256	28	0	2	4	3	2	3	5	6	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	4	2					
257	28	0	1	1	5	4	6	5	2	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	5					
258	28	0	3	2	3	6	5	4	2	1	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	1	2	2					
259	27	0	3	2	2	5	6	3	2	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2					
260	27	0	1	2	2	5	6	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1					
261	27	0	3	4	1	2	3	6	1	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	1					
262	27	1	1	4	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	4	2					
263	27	0	2	1	4	3	5	4	1	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	4	1					
264	27	0	1	2	3	5	3	6	4	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	2	3	1					
265	27	0	2	2	2	5	3	4	2	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1					
266	27	1	3	4	3	3	2	1	6	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	2					
267	27	1	3	3	3	6	4	5	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1					
268	27	0	1	2	4	6	4	5	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1					
269	27	1	3	2	2	6	1	3	4	2	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	1	2	1					
270	27	1	1	2	6	1	3	6	2	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	3					
271	27	1	1	4	4	1	4	3	6	2	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	1					
272	27	0	1	2	4	5	3	1	6	4	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2					
273	26	1	3	2	6	3	5	6	4	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	2	1					
274	26	1	1	4	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	2					
275	26	0	1	2	2	6	2	3	5	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	4	1					
276	26	1	3	2	4	5	2	6	3	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	1					
277	26	1	1	1	2	1	3	5	4	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	4	2					
278	26	0	1	4	1	1	3	4	5	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	2	2					
279	26	1	1	4	1	6	5	3	1	4	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	4	2					
280	18	1	2	2	2	6	4	5	3	2	1	12,5	14	10	6	12,5	25	0	1	2	1	1					
281	18	1	3	2	1	2	1	5	3	4	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2					
282	18	1	3	4	4	1	6	2	3	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	2					
283	19	0	3	5	1	1	4	3	6	5	2	12,5	18	13,5	6	12,5	15	0	1	2	2	1					
284	19	1	1	2	3	1	3	2	4	6	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	3	2	3					
285	19	1	1	4	3	5	6	4	3	1	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2					
286	19	0	2	2	1	6	1	2	3	4	5	7,5	18	13,5	9	17,5	35	0	1	1	1	5					
287	19	0	1	2	1	1	4	5	8	3	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1					
288	19	1	1	2	5	3	1	4	2	6	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2					
289	20	0	1	2	4	6	3	1	2	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2					
290	20	0	2	1	3	1	3	2	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	3					
291	20	0	3	2	1	1	4	6	3	2	5	17,5	14	10	6	7,5	25	0	1	2	2	2					
292	20	0	3	1	3	2	4	1	3	5	6	12,5	14	6,5	6	7,5	15	0	1	1	2	3					
293	20	1	1	4	4	1	4	5	2	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	2					
294	21	0	2	2	1	6	1	2	3	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	3	1	2					
295	21	0	1	3	4	1	3	5	4	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	2					

## ANEXO C 7

TABULACIÓN DE CUESTIONARIO																													
Código para preguntas				1		2		3						4						5		6		7		9		10	
								IMPORTANCIA						COSTO															
No.	EDAD	SEXO	SECTOR	LUGAR	FREC.	CONCIER	CHARLA	RECO	OBRAS	EXPO	BIENAL	CONCIER	RECORR	EXPO.	CHARLA	OBRAS	BIENAL	DIAS	NIÑOS	TIP. TEATR	REC. MED.	TIEMPO							
296	21	1	1	2	3	6	2	4	3	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2							
297	21	1	1	4	3	6	2	3	4	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	3	1							
298	21	0	1	2	3	6	2	1	5	3	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2							
299	21	1	1	4	2	1	2	3	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	1							
300	21	0	1	4	5	6	2	3	5	4	1	12,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2							
301	22	1	1	2	1	6	1	4	5	3	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	2							
302	22	0	1	2	1	6	3	2	5	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1							
303	22	0	1	2	3	4	5	6	1	2	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2							
304	22	1	1	2	2	5	4	2	6	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	3	2							
305	22	1	3	1	3	6	5	2	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	2	1							
306	23	1	2	3	3	4	5	1	2	6	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	3	4	1							
307	23	1	2	3	3	5	4	3	2	1	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	3	4	1							
308	23	0	1	4	3	6	4	5	1	2	3	7,5	10	13,5	6	12,5	15	0	0	1	3	1							
309	23	1	3	2	6	4	1	3	2	5	6	7,5	10	6,5	9	7,5	15	0	0	2	3	1							
310	23	1	1	2	2	6	3	2	5	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	2							
311	23	0	3	2	2	5	4	2	3	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1							
312	24	0	2	2	6	5	4	3	6	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	3							
313	24	1	3	4	3	3	5	6	1	4	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	3	3	5							
314	24	1	3	2	4	4	1	5	2	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2							
315	24	0	1	4	2	4	1	3	2	6	5	17,5	14	6,5	4	17,5	25	0	1	2	2	2							
316	24	0	2	2	2	5	4	1	6	3	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1							
317	24	1	3	3	4	2	3	4	6	5	1	17,5	14	10	6	12,5	15	0	1	2	1	1							
318	24	1	1	4	4	5	2	1	6	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	4							
319	24	1	1	2	2	5	1	3	4	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1							
320	24	0	2	4	2	6	5	2	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1							
321	24	1	1	2	1	1	4	3	5	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1							
322	24	0	2	2	3	3	2	4	5	6	1	12,5	14	6,5	4	12,5	15	0	1	1	3	1							
323	24	0	1	2	6	4	3	2	1	5	6	17,5	18	10	6	7,5	35	0	0	1	3	5							
324	25	0	1	4	1	1	4	3	5	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	2	2							
325	25	0	3	2	3	3	4	5	2	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	3	4	2							
326	25	1	2	4	4	2	1	6	5	4	3	12,5	10	6,5	4	12,5	15	0	1	2	3	2							
327	25	0	1	5	5	5	4	2	6	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	2							
328	25	1	1	2	2	4	3	6	5	2	1	17,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	1	1							
329	25	1	3	1	6	4	3	2	1	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1							
330	25	0	3	1	1	4	1	5	6	3	2	17,5	14	10	6	12,5	15	0	1	1	1	1							
331	40	1	1	1	3	3	2	1	6	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1							
332	40	0	3	1	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1							
333	40	1	1	2	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	3	1	1							
334	41	1	1	1	4	4	2	1	3	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1							
335	41	0	1	2	4	2	4	3	5	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	2							
336	41	1	3	4	3	6	4	5	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	4							
337	41	1	1	1	3	2	3	1	5	4	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1							

## ANEXO C 8

TABULACIÓN DE CUESTIONARIO																						
Código para preguntas				1	2	3						4						5	6	7	9	10
No.	EDAD	SEXO	SECTOR	LUGAR	FREC.	IMPORTANCIA						COSTO						DIAS	NIÑOS	TIP. TEATR	REC. MED.	TIEMPO
						CONCIER	CHARLA	RECO	OBRAS	EXPO	BIENAL	CONCIER	RECORR	EXPO.	CHARLA	OBRAS	BIENAL					
338	42	1	3	1	2	6	5	4	2	1	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
339	42	1	1	2	2	6	5	1	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	1	1	1
340	43	1	3	2	2	2	4	5	1	6	3	17,5	14	13,5	6	12,5	15	0	1	1	1	2
341	43	1	3	2	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	2	1
342	43	1	3	2	2	1	6	5	2	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
343	44	1	1	2	2	2	3	4	5	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	2	2
344	45	1	1	2	1	3	4	6	5	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
345	57	0	3	2	3	4	3	1	6	5	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
346	58	1	1	2	1	2	6	5	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	4	3	1
347	60	0	3	1	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
348	39	1	2	1	3	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	1
349	38	1	1	2	1	1	6	2	5	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
350	38	1	1	2	4	4	6	3	5	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1
351	38	0	3	2	4	5	3	4	2	1	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	1
352	36	1	1	2	3	2	1	6	5	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	3
353	35	0	3	2	6	6	3	4	1	2	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
354	35	1	1	3	2	4	5	3	6	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
355	34	1	1	2	3	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1
356	34	1	3	4	1	6	2	4	3	1	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	1	3	1
357	33	0	2	2	2	6	3	1	2	5	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
358	33	0	3	2	3	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	2
359	32	1	3	2	2	6	3	2	4	5	1	12,5	18	10	9	7,5	15	0	1	2	2	1
360	32	1	3	2	4	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
361	31	1	3	2	5	2	4	5	1	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	1
362	30	1	3	1	1	5	6	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	1
363	30	1	3	4	6	4	6	3	2	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	2
364	29	1	1	2	3	5	6	2	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	1	3	2
365	29	1	1	2	5	5	3	2	4	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	3
366	29	0	2	2	3	6	3	1	5	4	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	1	1
367	28	1	1	2	3	6	4	5	3	1	2	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2
368	28	1	3	5	5	4	6	5	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	3	4	1
369	27	0	3	2	2	5	6	3	2	4	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
370	17	0	3	2	3	6	1	2	5	4	3	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	2
371	18	1	1	1	3	1	2	3	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	2
372	18	1	2	2	2	6	4	5	3	2	1	12,5	14	10	6	12,5	25	0	1	2	1	1
373	18	1	3	1	1	1	5	2	4	3	6	12,5	14	10	6	12,5	25	0	1	2	3	1
374	18	1	3	3	2	4	3	2	5	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
375	18	1	3	4	1	6	1	3	2	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	5
376	18	0	1	2	4	1	3	6	4	2	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	1
377	19	0	3	5	1	1	4	3	6	5	2	12,5	18	13,5	6	12,5	15	0	1	2	2	1
378	19	1	1	2	5	3	1	4	2	6	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	2
379	19	0	3	2	5	5	1	4	2	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	3	1

## ANEXO C 9

TABULACIÓN DE CUESTIONARIO																						
Código para preguntas				1	2	3						4						5	6	7	9	10
No.	EDAD	SEXO	SECTOR	LUGAR	FREC.	IMPORTANCIA						COSTO						DÍAS	NINOS	TIP. TEATR	REC. MED.	TIEMPO
						CONCIER	CHARLA	RECO	OBRAS	EXPO	BIENAL	CONCIER	RECORR	EXPO.	CHARLA	OBRAS	BIENAL					
380	20	0	1	2	4	6	3	1	2	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
381	20	0	2	2	2	3	2	5	1	4	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	1	3
382	20	0	3	3	3	2	3	5	4	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	0	2	3	3
383	20	0	3	2	1	1	4	6	3	2	5	17,5	14	10	6	7,5	25	0	1	2	2	2
384	20	1	1	2	2	3	4	5	2	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	2
385	20	1	1	3	4	1	6	2	3	4	5	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	4	2	2
386	21	0	1	3	4	1	3	5	4	2	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	3	2
387	21	0	3	4	2	3	4	2	6	5	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	2	4
388	21	0	1	2	3	6	2	1	5	3	4	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	3	2
389	21	1	1	4	2	1	2	3	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	1	1
390	21	1	1	4	5	5	3	2	4	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
391	22	0	1	2	2	6	2	5	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	2	3	1
392	22	1	1	4	1	6	5	4	3	2	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	1	1	1	1	1
393	22	0	1	1	1	4	3	2	5	6	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	2	3	3
394	23	1	3	5	3	1	2	3	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	0	1	2	2
395	23	1	3	2	6	4	1	3	2	5	6	7,5	10	6,5	9	7,5	15	0	0	2	3	1
396	23	1	1	2	4	1	3	2	4	5	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	2	1	1
397	23	1	1	2	2	5	2	6	4	3	1	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	1	2	1
398	23	0	3	1	4	3	2	5	6	4	1	12,5	10	6,5	6	12,5	25	0	1	2	4	2
399	23	0	1	2	2	5	2	3	6	4	1	17,5	14	13,5	6	17,5	25	0	0	1	1	1
400	23	1	2	5	3	2	5	1	4	3	6	7,5	10	6,5	4	7,5	15	0	1	4	2	3

1523	1416	1365	1443	1428	1225
6	3	2	5	4	1

## ANEXO D

### ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS

Descripción	Mean	Std. Deviation	rango min	rango max	media entera	tipo de dato	hipotesis	contraste
LUGAR	2,385	1,090756331	-	-	2	discreto	2	acepto
FRECUENCIA	2,875	1,438592671	-	-	3	discreto	1	rechazo
ICONCIERTOS	3,8075	1,873290365	-	-	4	discreto	6	acepto
ICHARLA	3,54	1,536000731	-	-	4	discreto		
IRECORRIDOS	3,4125	1,548657354	-	-	3	discreto		
IOBRAS	3,6075	1,503027438	-	-	4	discreto	5	acepto
IEXPOSICIONES	3,57	1,525095009	-	-	4	discreto	4	acepto
IBIENAL	3,0625	2,098715146	-	-	3	discreto		
CCONCIERTOS	8,625	2,851262746	8,34	8,91	9	continuo	12,5	rechazo
CRECORRIDOS	10,64	1,897208079	10,45	10,83	11	continuo	14	rechazo
CEXPOSICIONES	6,99	1,58822421	6,831	7,149	7	continuo	10	rechazo
CCHARLA	4,295	0,938176656	4,201	4,389	4	continuo	6	rechazo
COBRA DE T.	8,25	2,252817784	8,025	8,475	8	continuo	12,5	rechazo
CBIENAL	15,725	3,04096921	15,421	16,029	16	continuo	25	rechazo
DIA	0,125	0,331133089	0,092	0,158	0	discreto	0	acepto
NIÑOS	0,7375	0,440543922	0,693	0,782	1	discreto	1	acepto
TIPO TEATRO	1,7275	0,685140346	1,659	1,796	2	discreto	1	rechazo
MEDIO PROM.	2,1	0,960367515	2,004	2,196	2	discreto	3	rechazo
TIEMPO PROM.	1,7225	0,890210614	1,633	1,812	2	discreto	1	rechazo

Valid N (listwise)

## ANEXO D 1 MEDICIÓN DE FRECUENCIAS

LUGAR	OPCIONES	Frequency	Percent	Cumulative Percent
plaza de artes	1	65	16,25	16,25
MAAC	2	220	55	71,25
plaza baquerizo moreno	3	31	7,75	79
palacio de cristal	4	65	16,25	95,25
parque lineal	5	18	4,5	99,75
otros	6	1	0,25	100
	Total	400	100	

FRECUENCIA DE ASISTENCIA	OPCIONES	Frequency	Percent	Cumulative Percent
1 vez al mes	1	80	20	20
1 vez trimestral	2	95	23,75	43,75
1 vez semestral	3	101	25,25	69
1 vez al año	4	68	17	86
1 vez 2 años	5	31	7,75	93,75
otros	6	25	6,25	100
	Total	400	100	

# CONCIERTOS	Frequency	Percent	Cumulative Percent
1	72	18	18
2	51	12,75	30,75
3	48	12	42,75
4	53	13,25	56
5	63	15,75	71,75
6	113	28,25	100
Total	400	100	

# CHARLAS	Frequency	Percent	Cumulative Percent
1	48	12	12
2	62	15,5	27,5
3	83	20,75	48,25
4	88	22	70,25
5	71	17,75	88
6	48	12	100
Total	400	100	

## ANEXO D 2

### MEDICIÓN DE FRECUENCIAS

# RECORRIDOS GUIADOS	Frequency	Percent	Cumulative Percent
1	55	13,75	13,75
2	77	19,25	33
3	68	17	50
4	84	21	71
5	80	20	91
6	36	9	100
Total	400	100	

I OBRAS TEATRALES	Frequency	Percent	Cumulative Percent
1	35	8,75	8,75
2	66	16,5	25,25
3	97	24,25	49,5
4	80	20	69,5
5	67	16,75	86,25
6	55	13,75	100
Total	400	100	

I EXPOSICIONES	Frequency	Percent	Cumulative Percent
1	25	6,25	6,25
2	105	26,25	32,5
3	69	17,25	49,75
4	72	18	67,75
5	76	19	86,75
6	53	13,25	100
Total	400	100	

I BIENAL	Frequency	Percent	Cumulative Percent
1	167	41,75	41,75
2	37	9,25	51
3	34	8,5	59,5
4	23	5,75	65,25
5	44	11	76,25
6	95	23,75	100
Total	400	100	

## ANEXO D 3 MEDICIÓN DE FRECUENCIAS

### C CONCIERTOS

opciones	codigo	Frequency	Percent	Cumulative Percent
5-10 dol	7,5	340	85	85
10-15 dol	12,5	30	7,5	92,5
15-20 dol	17,5	30	7,5	100
	Total	400	100	

### I RECORRIDOS GUIADOS

OPCIONES	CODIGO	Frequency	Percent	Cumulative Percent
8-12 dol	10	354	88,5	88,5
12-16 dol	14	28	7	95,5
16-20 dol	18	18	4,5	100
	Total	400	100	

### I EXPOSICIONES

OPCIONES	CODIGO	Frequency	Percent	Cumulative Percent
5-8 dol	6,5	361	90,25	90,25
8-12 dol	10	22	5,5	95,75
12-15 dol	13,5	17	4,25	100
	Total	400	100	

### I CHARLAS

OPCIONES	CODIGO	Frequency	Percent	Cumulative Percent
3-5 dol	4	356	89	89
5-8 dol	6	34	8,5	97,5
8-10 dol	9	10	2,5	100
	Total	400	100	

### C OBRA DE TEATRO

OPCIONES	CODIGO	Frequency	Percent	Cumulative Percent
5-10 dol	7,5	355	88,75	88,75
10-15 dol	12,5	30	7,5	96,25
15-20 dol	17,5	15	3,75	100
	Total	400	100	

### C BIENAL

OPCIONES	CODIGO	Frequency	Percent	Cumulative Percent
10-20 dol	15	376	94	94
20-30 dol	25	19	4,75	98,75
30-40 dol	35	5	1,25	100
	Total	400	100	

## ANEXO D 4 MEDICIÓN DE FRECUENCIAS

### DIA

OPCIONES	CODIGO	Frequency	Percent	Cumulative Percent
fin de semana	0	350	87,5	87,5
lunes a jueves	1	50	12,5	100
	Total	400	100	

### NIÑOS

OPCIONES	CODIGO	Frequency	Percent	Cumulative Percent
5-8 años	0	105	26,25	26,25
8-12 años	1	295	73,75	100
	Total	400	100	

### TIPO DE TEATRO

OPCIONES	CODIGO	Frequency	Percent	Cumulative Percent
TITERES	1	153	38,25	38,25
PERSONIFICACIONES	2	213	53,25	91,5
MIMOS	3	24	6	97,5
OTROS	4	10	2,5	100
	Total	400	100	

### MEDIO DE PROMOCIÓN

OPCIONES	CODIGO	Frequency	Percent	Cumulative Percent
television	1	143	35,75	35,75
radio	2	97	24,25	60
diarios	3	137	34,25	94,25
revistas	4	23	5,75	100
	Total	400	100	

### TIEMPO

OPCIONES	CODIGO	Frequency	Percent	Cumulative Percent
semanal	1	190	47,5	47,5
mensual	2	160	40	87,5
trimestral	3	31	7,75	95,25
semestral	4	9	2,25	97,5
anual	5	10	2,5	100
	Total	400	100	

## ANEXO E

### HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1. El lugar más atractivo para realizar un evento cultural es la explanada del MAAC
2. Los habitantes de la ciudad asisten en promedio una vez al mes a los diferentes eventos culturales
3. Los eventos de mayor importancia son los conciertos y danza, las obras de teatro y las exposiciones artísticas, en ese orden
4. La gente esta dispuesta a pagar por los conciertos y obras de danza 12.5 dólares
5. La gente esta dispuesta a pagar por las charlas didácticas 6 dólares
6. La gente esta dispuesta a pagar por los recorridos guiados o city tours 14 dólares
7. La gente esta dispuesta a pagar por las obras de teatro 12.5 dólares
8. La gente esta dispuesta a pagar por las exposiciones artísticas 10 dólares
9. La gente esta dispuesta a pagar por las bienales 25 dólares

## ANEXO E 1

10. La gente prefiere que los eventos sean presentados los fines de semana
11. Los encuestados desean que estos tipos de eventos también sean dirigidos para niños de 8-12 años.
12. Los encuestados prefieren que los eventos de teatro para público infantil sean de títeres
13. Los encuestados prefieren como medio de promoción para la agenda cultural los diarios o periódicos.
14. La frecuencia con que a los habitantes les gustaría recibir información o promoción sobre la agenda cultural es de forma semanal.

**ANEXO F**

**AGENDA CULTURAL 2006**  
**EVENTOS PARA FINES DE SEMANA Y FERIADOS**

DÍA	EVENTO	TEMÁTICA	HORARIO			TIPO DE PÚBLICO	
			M	T	N	ADULTOS*	NIÑOS
<b>ENERO</b>							
7	Obra de Teatro: "Llegada de los españoles a tierras guayaquileñas"	Una historia que muestra los principales sucesos en el encuentro de dos culturas.	X			X	
	Presentaciones Artísticas: Grupos Folklóricos de Academias de Danza	Estos artistas expresan lo más profundo del amor al arte en su baile, mostrando sus raíces étnicas.		X		X	
8	Exposiciones de pinturas y cuadros de Guayaquil Antiguo y Moderno	Una galería de fotografías enaltece una pequeña muestra de la historia de un Guayaquil a través de los tiempos.	X			X	
	Presentaciones Artística: Grupos musicales nacionales cantan a la voz del Ruiseñor de América, Julio Jaramillo	Los artistas nacionales hacen realce a la voz que fue un ejemplo de los grandes cantantes latinoamericanos de la época.		X		X	
14	Obra de Teatro Infantil: "Los niños en busca de la cultura montubia"	Una obra que busca rescatar dar a conocer los valores y costumbres de una de las culturas del Ecuador.	X				X
15	Ballet Artístico: "Los niños abren sus puertas a la vida"	La mayor expresión del arte se realiza en este ballet que es una muestra de aprendizaje a través de los niños.	X				X
	Danza Artística: Bailes típicos de la cultura guayaquileña.	Presentación de grupos folklóricos juveniles.		X		X	
21	Obra de Teatro Infantil: "La gallina de los huevos de oro"	Jocosa obra que muestra una manera de entretenimiento a los niños.	X				X
	Obra de Teatro: "El Montubio y sus actividades"	Haciendo referencia a la mezcla étnica cultural, se distingue esta entidad marcando con su acento de andaluz y el uso del sombrero, una época que dejó huellas hasta la actualidad.		X		X	
<b>FEBRERO</b>							
4	Danza Artística: Ballet contemporáneo	Interpretación de danza al estilo moderno por un grupo de ballet juvenil de reconocidas academias de danza de la ciudad.	X			X	
	Musiteatro: "El ballet es más que una danza"	Mezcla de dos artes que muestran su máxima expresión de amor al arte a través de la música y danza.		X		X	
5	Exposiciones Artísticas: Costumbres guayaquileñas en vísperas del Carnaval	Llamativa exposición de cuadros, esculturas, personajes disfrazados con los trajes de la época muestran sus costumbres.	X			X	
11	Obra Infantil: "Por qué nos dicen monos a los guayaquileños"	Una jocosa y divertida obra que va dirigida a enseñar a los niños la historia del porqué nos dicen monos.					X
	Exposición Artística: Esculturas expuestas por nuestros grandes artesanos	Conmemoración especial por el día de los artesanos. Ellos muestran a través de su trabajo su arte y amor por lo que hacen.		X		X	
12	Obra de Teatro Infantil: "Julio y Rumieta se encuentran en Guayaquil"	Muestra de una reconocida historia adaptada a Guayaquil.	X				X

AGENDA CULTURAL 2006

EVENTOS PARA FINES DE SEMANA Y FERIADOS

ANEXO I

DÍA	EVENTO	TEMÁTICA	HORARIO			TIPO DE PÚBLICO		
			M	T	N	ADULTOS*	NIÑOS	
12	Obra de Teatro: "La impactante historia del Titanic en el Río Guayas"	Entretenida obra dramática que muestra la gran historia de un naufragio y que fue llevado a la pantalla gigante y de la cual nos valemos para hacer conocer las riquezas de la ciudad.		X			X	
18	Concierto de Artistas Nacionales: Los Hermanos Parra le cantan al amor.	Realce al artista nacional.			X			
19	Exposición Artística: Caminata al pasado	Las más bellas fotografías de la Perla del Pacífico, su gente, sus costumbres, sus antepasados y su modernismo se muestran en esta exposición.						
27	Concierto de Opera Infantil	La magia de la ópera se apodera de los niños, llegando a ellos de la forma más sutil de apreciación del arte.	X					X
<b>MARZO</b>								
4	Obra de Teatro: Guayaquil, ciudad de empuje y políticos emprendedores - la realidad"	Obra que da muestra de una sociedad que hace hasta lo imposible por salir adelante, progresando y superando adversidades.	X				X	
	Exposición Cultural: "Así se divertían nuestros abuelos"	Muestra de los juegos más divertidos con los que los niños se divertían anteriormente: trompos, rayuelas, entre otras		X			X	
5	Obra de Teatro Musical: "Así, es, fue y seguirá siendo Guayaquil"	La historia de una ciudad que se ha convertido en la cara luminosa del país.	X				X	
	Ballet Artístico: "Invasiones Piratas atacan a la ciudad - puerto, Guayaquil"	Obra basada en los hechos pasados que muestran los reverses que sufrieron nuestros indígenas por mantenerse firmes ante lo desconocido.		X			X	
11	Concierto de Niños Coristas	Grupos de colegios de países internacionales cantan a los niños ecuatorianos mostrando su cultura.						
12	Obra de Teatro Infantil: La Bella y la Bestia en el palacio llamado Guayaquil.	Entretenida obra que revela a los niños los valores humanos.	X					X
18	Obra de Teatro Infantil: "Guayas y Quil en el país de las maravillas"	Una leyenda que dio paso a que se formara una historia del nacimiento de Guayaquil como ciudad.	X					X
19	Exposición Artística: Obras Literarias Ecuatorianas y la vida de sus autores.	Una magnífica exposición de las obras literarias que enaltecen a sus autores por su importante contenido.	X				X	
<b>ABRIL</b>								
2	Obra de Teatro: Novela Los Sangurimas	Novela Literaria muestra parte de la vida guayaquileña en sus tiempos de lucha.	X				X	
8	Obra de Teatro: Novela Huasipungo	Novela Literaria muestra parte de la vida guayaquileña en sus tiempos de lucha.	X				X	
	Concierto Artistas Nacionales: AU-D y Gerardo Mejía aportan a la mantención de los valores en los jóvenes	Reconocimiento al artista nacional.			X		X	

ANEXO F 2

**AGENDA CULTURAL 2006**  
**EVENTOS PARA FINES DE SEMANA Y FERIADOS**

DÍA	EVENTO	TEMÁTICA	HORARIO			TIPO DE PÚBLICO	
			M	T	N	ADULTOS*	NIÑOS
9	Obra de Teatro Infantil: La vida de Jesús	Un grupo de jóvenes artistas llegan a los niños con la manifestación clara de lo que fue la vida de Jesucristo.	X			X	
	Exposición Artística: Cuadros que revelan la Pasión de Cristo	Pinturas, esculturas, grabados entre otros son una muestra de los artistas nacionales que hace honor a esta Semana Santa expresando los valores culturales religiosos.		X		X	
15	Obra de Teatro: "Jesús, sus Apóstoles y sus vivencias"	Enseñanza católica, para incrementar la fe cristiana.	X			X	
	La Pasión de Cristo, Revelación de una fe oculta	Enseñanza católica, para incrementar la fe cristiana.		X		X	
22	Obra de Teatro: Novela A la Costa	Novela Literaria muestra parte de la vida guayaquileña en su tiempos de lucha.	X				
	Musiteatro Infantil: La Historia del Conejo de Pascua	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.		X			X
29	Obra de Teatro: Novela Cruces sobre el Agua	Novela Literaria muestra parte de la vida guayaquileña en su tiempos de lucha.	X			X	
<b>MAYO</b>							
1	Musiteatro: "Somos independientes rescatemos nuestros valores y costumbres"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.					
6	Obra de Teatro: "La vida a través de los tiempos guayaquileños"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.	X			X	
	Danza Artística: Ballet contemporáneo	Reconocimiento al artista nacional de las reconocidas academias de la ciudad.					
7	Concierto de Música Autóctona: Las diversas culturas ecuatorianas	Reúne a los mejores exponentes de la ciudad de Guayaquil, de este tipo de música que invita a promover el arte musical.		X		X	
13	Exposiciones Artísticas Infantiles: La Historia del Malecón de Guayaquil	Una exposición con cuadros, murales, títeres y personas disfrazadas enseñan a los niños de una manera divertida como se inició el Malecón de la ciudad.	X				X
14	Musiteatro: "Nuestras costumbres guayaquileñas"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.		X		X	
20	Musiteatro: "La Batalla del Pichincha, como suceso histórico"	Aporte al crecimiento de los valores patrióticos.	X			X	
21	Obra de Teatro Infantil: "Quién era Simón Bolívar"	Aporte al crecimiento de los valores patrióticos.	X				X
	Musiteatro: "Un romance en medio de una batalla, Bolívar y Sáenz"	Aporte al crecimiento de los valores patrióticos.		X		X	
24	Obra de Teatro: "Vida, Pasión y Muerte del Libertador, Simón Bolívar"	Aporte al crecimiento de los valores patrióticos.	X			X	
<b>JUNIO</b>							
3	Obra de Teatro Infantil: "Cascanueces"	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.	X				X

## AGENDA CULTURAL 2006

## EVENTOS PARA FINES DE SEMANA Y FERIADOS

DÍA	EVENTO	TEMÁTICA	HORARIO			TIPO DE PÚBLICO	
			M	T	N	ADULTOS*	NIÑOS
4	Exposición Artística Infantil: La historia del Barrio Las Peñas.	Una exposición con cuadros, murales, títeres y personas disfrazadas enseñan a los niños de una manera divertida la historia del Barrio Las Peñas.	X				X
10	Actuación Especial de Títeres: La historia de Aladino y la lámpara maravillosa.	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.		X			X
21	Exposición Cultural: "La historia de mi ciudad"	Aporte al crecimiento de los valores patrióticos y cívicos.	X			X	
24	Actuación Especial de Títeres: Peterpan llegó a tierras guayaquileñas.	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.		X			X
25	Concierto homenaje a mes juliano: Patricia González y Armando Manzanero cantan a la Perla del Pacífico.	Estas dos grandes figuras del medio artístico festejan a la ciudad con su melodiosa voz, interpretando las mejores canciones de Guayaquil.			X	X	
<b>JULIO</b>							
1	Presentación de la Orquesta Sinfónica Juvenil.	Apoyo al talento nacional y juvenil.		X		X	
	Exposición Artística: Los sitios y áreas naturales que realzan la ciudad de Guayaquil	Reconocimiento del medio ambiente natural que rodea la ciudad.	X			X	
2	Actuación Especial de Títeres: Conozcamos La Isla Puná	Reconocimiento del medio ambiente natural que rodea la ciudad.					
	Exposición Artística Cultural: "Cómo se inició la ciudad de Guayaquil, su historia"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.					
13	Musiteatro Infantil: La Era del hielo	Esta magnífica obra representada por animales da un ejemplo muy claro de honestidad y lealtad, con son una base para construir un buen pilar en la educación de los niños.					
	Presentación de la Orquesta Sinfónica Juvenil de Guayaquil.	Apoyo al talento nacional y juvenil.		X		X	
16	Obra de Teatro: "La vida a través de los tiempos guayaquileños"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.	X			X	
22	Obra de Teatro Infantil: "Quién era Simón Bolívar"	Aporte al crecimiento de los valores patrióticos y cívicos.		X			X
23	Danza Artística: Bailes típicos de la cultura guayaquileña.	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.	X			X	
24	Exposición Artística: Hazañas heroicas de Simón Bolívar y San Martín	Aporte al crecimiento de los valores patrióticos y cívicos.	X			X	
25	Obra de Teatro: "¿Cuál es la verdadera fundación de mi ciudad?"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.	X			X	
<b>AGOSTO</b>							
5	Obra de Teatro: "¿El Primer Grito se dio en Guayaquil?"	Divertida obra que hace recordar los momentos que se vivieron al realizarse el primer grito de independencia.	X			X	

AGENDA CULTURAL 2006

EVENTOS PARA FINES DE SEMANA Y FERIADOS

DÍA	EVENTO	TEMÁTICA	HORARIO			TIPO DE PÚBLICO	
			M	T	N	ADULTOS*	NIÑOS
	Musiteatro Infantil: La Historia del Conejo de Pascua	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.					X
10	Obra de Teatro: "¿El Primer Grito se dio en Guayaquil?"	Divertida obra que hace recordar los momentos que se vivieron al realizarse el primer grito de independencia.		X		X	
12	Concierto Nacional: Tranzas y Tercer Mundo Mano a Mano por la unión nacional.	Estos dos exponentes nacionales reconocidos internacionalmente se dan cita en un concierto para avivar la unión nacional entre las ciudades.			x	X	
13	Obra de Teatro Infantil. "Barney y sus amigos" dan un paseo por el Estero Salado.	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.					X
19	Exposiciones Artísticas: "Ferias culturales: Manos unidas para rescatar nuestros valores"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.	X			X	
20	Musiteatro: "Somos independientes rescatemos nuestros valores y costumbres"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.	X			X	
<b>SEPTIEMBRE</b>							
9	Obra de Teatro Infantil: "Guayas y Quil en el país de las maravillas"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.	X				X
	Concierto de Música Jazz: Jazz Funk Guayaquito	Fusión de elementos de jazz, funk y estilos contemporáneo y urbano se muestran con esta música que se convierte en un ambiente nuevo en Guayaquil.			X	X	
10	Obra de Teatro Infantil: "El tren que lleva los sueños de Guayaquil"	Basada en una historia de lo real a lo imaginario de lo que sería la ciudad si se manejara la ciudad con lo que piensan los niños.		X			X
	Actuación Especial de Títeres: Conozcamos La Isla Puná	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.		X			X
16	Obra de Teatro: " La identidad guayaquileña, un reflejo de prosperidad"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.	X			X	
17	Ballet Artístico: Grupo de Teatro del Teatro Centro de Arte muestra su ballet clásico.	Reconocimientos de nuevos talentos nacionales.		X		X	
23	Presentación de la Orquesta Sinfónica Juvenil de Guayaquil.	Apoyo al talento nacional y juvenil.			X	X	
24	Exposición Artística Cultural: Los 10 personajes que fueron electos como los mejores ecuatorianos.	Exposición bibliográfica de cada uno de estos personajes con el propósito de que su vida sea reconocida por dejar una huella importante en la vida de los ecuatorianos.	X			X	
	Presentación Coros: Universidad Católica Santiago de Guayaquil y Universidad Laica Vicente Rocafuerte	Un Mano a Mano presentan estas entidades educativas, buscando aportar a la fomentación de la cultura guayaquileña.		X		X	
26	Exposición Artística Cultural: La historia de las banderas que tuvo el Ecuador.	Rescate de valores patróticos y cívicos de los guayaquileños.	X			X	X

## AGENDA CULTURAL 2006

### EVENTOS PARA FINES DE SEMANA Y FERIADOS

DÍA	EVENTO	TEMÁTICA	HORARIO			TIPO DE PÚBLICO		
			M	T	N	ADULTOS*	NIÑOS	
<b>OCTUBRE</b>								
8	Presentación de la Orquesta Sinfónica Juvenil	Apoyo al talento nacional y juvenil.		X			X	
	Obra de Teatro : Las razas de nuestra tierra.	Reconocimiento a los valores históricos culturales que formaron parte de nuestro pasado.		X			X	
14	Casa de Títeres: Los niños en su jardín	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.						X
	Exposición Artística: Artistas Nacionales exponen su música moderna	Apoyo al talento nacional y juvenil.			X		X	
15	Musiteatro Infantil: "Somos monos guayaquileños"	Entretenida obra que muestra a los niños la simpatía , lo dócil y el buen temperamento del ciudadano guayaquileño, a quienes atribuyen el apodo de ser monos.	X					X
21	Exposición Artística: Los sitios y áreas naturales que realzan la ciudad de Guayaquil	Reconocimiento de las áreas naturales que rodean a la ciudad de Guayaquil.	X				X	
22	Exposición Artística Cultural: "Cómo se inició la ciudad de Guayaquil, su historia"	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.	X				X	
	Danza Artística: Bailes típicos de la cultura guayaquileña.	Reconocimiento de valores y costumbres de los guayaquileños.		X			X	
28	Concierto de Música Jazz: Jazz Funk Guayaco	Fusión de elementos de jazz, funk y estilos contemporáneo y urbano se muestran con esta música que se convierte en un ambiente nuevo en Guayaquil.			X		X	
<b>NOVIEMBRE</b>								
2	Presentación de Coros: Escuela Superior Politécnica del Litoral y Universidad de Guayaquil	Alianzas entre entidades educativas que aportan a revalorizar la cultura guayaquileña.	X				X	
5	Musiteatro Infantil: "Somos monos guayaquileños"	Entretenida obra que muestra a los niños la simpatía , lo dócil y el buen temperamento del ciudadano guayaquileño, a quienes atribuyen el apodo de ser monos.	X					X
11	Musiteatro Infantil: "El Mago de Oz"	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.	X					X
12	Obra de Teatro: "Volviendo los tiempos atrás"	Basada en las vivencias de una sociedad de empuje y coraje.	X				X	
	Concierto Nacional: Juan Fernando Velasco, Jorge Luis Del Hierro y Pamela Cortés.	Reconocimiento al artista nacional.			X		X	
19	Conciertos de grupos musicales colegiales muestran sus talentos.	Reconocimiento a nuevos talentos guayaquileños.		X			X	
25	Obra de Teatro Infantil: "El tren que lleva los sueños de Guayaquil"	Basada en una historia de lo real a lo imaginario de lo que sería la ciudad si se manejara la ciudad con lo que piensan los niños.		X				X
	Concierto de Música Urbana				X		X	
<b>DICIEMBRE</b>								
3	Obra de Teatro Infantil: "Blanca Nieves y los 7 Enanitos"	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.	X					X

## ANEXO F 6

### AGENDA CULTURAL 2006

### EVENTOS PARA FINES DE SEMANA Y FERIADOS

DÍA	EVENTO	TEMÁTICA	HORARIO			TIPO DE PÚBLICO	
			M	T	N	ADULTOS*	NIÑOS
3	Musiteatro Infantil: La Historia del Conejo de Pascua	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.					X
9	Obra de Teatro Infantil: "Pinocho en la Navidad"	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.		X			X
	Exposición Artística: Costumbres de los guayaquileños en vísperas de Navidad.	Entretenida obra que muestra a grande sy pequeños la dulce historia de una navidad de los cálidos guayaquileños.	X			X	
10	Obra de Teatro Infantil: "¿Por qué celebramos la Navidad?"	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.	X				X
16	Exposición Artística Cultural: "Coros de colegios y universidades cantan villancicos"	Apoyo al talento nacional y juvenil.	X			X	
17	Obra de Teatro Inantil: "Papá Noel visita Guayaquil"	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.	X				X
	Orquesta Sinfónica de Guayaquil entona villancicos navideños	Apoyo al talento nacional y juvenil.			X	X	
23	Exposición Artística Cultural: "Coros de colegios y universidades cantan villancicos"	Apoyo al talento nacional y juvenil.		X		X	
24	Orquesta Sinfónica de Guayaquil entona villancicos navideños	Apoyo al talento nacional y juvenil.		X		X	
30	Obra de Teatro Infantil: "Los Reyes Magos llegan a Jerusalén"	Entretenimiento para niños con mensaje educativo.	X				X

\* DENTRO DEL GRUPO DE ADULTOS, SE HA CONSIDERADO TAMBIEN LAS OPCIONES DE EVENTOS PARA LOS JOVENES Y ADULTOS

## ANEXO G

### DISTRIBUCIÓN DE EDADES DE POBLACIÓN ECUATORIANA

años	2000	2001	2002	2003	2004	2005 ESTIMADO	%	CICLO DE VIDA
<b>Población total – Miles</b>	<b>12,646</b>	<b>12,879</b>	<b>13,112</b>	<b>13343</b>	<b>13575</b>	<b>13807</b>		
0 - 4 años	1467	1468	1468	1467	1467,5	1467,5	0,106	PRE-ESCOLAR
5 - 9 años	1432	1438	1443	1446	1451,5	1456,2	0,105	INFANTIL
10 - 14 años	1379	1388	1399	1410	1420	1430,4	0,104	PUBERTO
15 - 19 años	1334	1345	1353	1359	1368,5	1376,8	0,1	ADOLESCENTE
20 - 24 años	1237	1258	1278	1296	1316,5	1336,2	0,097	JOVEN
25 - 29 años	1099	1125	1152	1178	1204,5	1230,9	0,089	JOVEN MADURO
30 - 34 años	962	988	1013	1038	1063,5	1088,8	0,079	ADULTO 1
35 - 39 años	819	845	871	898	924	950,3	0,069	ADULTO 1
40 - 44 años	689	711	734	758	780,5	803,5	0,058	ADULTO 2
45 - 49 años	580	602	621	638	658,5	677,8	0,049	ADULTO 2
50 - 54 años	428	452	480	510	536	563,4	0,041	ADULTO 3
55 - 59 años	344	355	366	379	390	401,6	0,029	ADULTO 3
60 - 64 años	282	290	298	306	314	322	0,023	VEJEZ 1
65 - 69 años	221	228	236	243	250,5	257,9	0,019	VEJEZ 1
70 - 74 años	164	169	175	181	186,5	192,2	0,014	VEJEZ 2
75 - 79 años	110	114	118	123	127	131,3	0,01	VEJEZ 2
80 y más años	100	104	108	112	116	120	0,009	ANCIANO
Masculina	6350	6467	6583	6698	6814	6930	0,502	
Femenina	6296	6413	6529	6645	6761	6877	0,498	

Fuente: INEC

**ANEXO H  
PROGRAMACION TC TELEVISION**

**NOVIEMBRE 2005**

H-ini	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	H-ini
5:30	<b>LA HORA WARNER</b>							5:30
5:45								5:45
6:00	<b>EL MADRUGADOR / EL MAÑANERO</b>					<b>LA HORA WARNER</b>		6:00
6:15								6:15
6:30						<b>LOONEY TUNES</b>		6:30
6:45								6:45
7:00	<b>EL NOTICIERO I</b>					<b>APRENDAMOS</b>		7:00
7:15								7:15
7:30						<b>CORRE CAMINO</b>	<b>SANTA MISA</b>	7:30
7:45								7:45
8:00	<b>COSAS DE CASA</b>					<b>MARKETING W.</b>		8:00
8:15								8:15
8:30						<b>PORKY PIG SHOW</b>	<b>HACIA UN NUEVO ESTILO DE VIDA</b>	8:30
8:45						<b>MERRIED MELODIES</b>		8:45
9:00						<b>BUGS BUNNY SHOW</b>	<b>OPPEMHEIMER PRESENTA</b>	9:00
9:15						<b>CORRE CAMINO</b>		9:15
9:30								9:30
9:45								9:45
10:00								10:00
10:15								10:15
10:30	<b>MARIACA</b>					<b>LOONEY TUNES</b>	<b>EL RINCON DE LOS MILAGROS</b>	10:30
10:45								10:45
11:00	<b>MARKETING W.</b>	<b>APRENDAMOS</b>	<b>MARKETING W.</b>	<b>APRENDAMOS</b>	<b>MARKETING W.</b>	<b>LA HORA WARNER</b>		11:00
11:15								11:15
11:30	<b>MI RECINTO RR</b>					<b>MEGAMATCH</b>		11:30
11:45								11:45
12:00	<b>EL NOTICIERO</b>							12:00
12:25								12:25
12:30						<b>LOONEY TUNES</b>		12:30
12:45								12:45
13:00	<b>ANASTASIA</b>					<b>MERRIED MELODIES</b>		13:00
13:15								13:15
13:30						<b>LA HORA WARNER</b>	<b>ATOMICOS BETTY ATOMIC TROLLZ MEGAMAN OLD TOM SHADOW RAD</b>	13:30
13:45						<b>ATOMICOS BETTY ATOMIC TROLLZ MEGAMAN OLD TOM</b>		13:45
14:00	<b>SOÑAR NO CUESTA NADA</b>							14:00
14:15								14:15
14:30								14:30
14:45								14:45
15:00	<b>EL AMOR LAS VUELVE LOCAS</b>					<b>SHADOW RAD</b>	<b>BLOOPERS</b>	15:00
15:15								15:15
15:30								15:30
15:45								15:45
16:00								16:00
16:15								16:15
16:30								16:30
16:45								16:45
17:00	<b>A TODO DAR</b>					<b>N.E.V. N.E.D. rr</b>		17:00
17:15								17:15
17:30								17:30
17:45								17:45
18:00						<b>MI RECINTO</b>		18:00
18:15								18:15
18:30	<b>MARITERE</b>							18:30
18:45								18:45
19:00	<b>EL NOTICIERO III</b>					<b>MIS PRIMAS rr</b>	<b>EL NOTICIERO</b>	19:00
19:15								19:15
19:30								19:30
19:45						<b>SHARON</b>		19:45
20:00	<b>LA VIUDA DE LA MAFIA</b>							20:00
20:15								20:15
20:45	<b>CORAZON DOMINADO</b>							20:45
21:00								21:00
21:15								21:15
21:30	<b>LOS REYES</b>					<b>GUERRA DE SEXO</b>	<b>GUERRA DE SEXO</b>	21:30
21:45								
22:00								22:00
22:10	<b>ARCHIVOS DEL DESTINO</b>	<b>N.E.V.N.E.D.</b>	<b>SIMPLEMENTE MARIELA</b>	<b>MI RECINTO</b>	<b>HAGA NEGOCIO CONMIGO</b>			22:10
22:30								
22:45								22:45
22:55		<b>SOLTEROS SIN COMPROMISO</b>		<b>ARCHIVOS DEL DESTINO rr</b>				22:55
23:00	<b>EXPEDIENTES</b>							23:00
23:30	<b>NOTICIERO AL CIERRE</b>					<b>SIMPLEMENTE MARIELA RR</b>	<b>ENIGMAS DEL MAS ALLA</b>	23:30
23:40								
0:00								0:00
0:25	<b>DOBLE VIDA</b>							0:25
1:00								1:00
1:25	<b>RETRATOS</b>							1:25
1:30								1:30

# ANEXO H 1

## COBERTURA NACIONAL

### LUNES A VIERNES

PROGRAMAS	HORARIO	TARGET	BASE	RATING
EL MADRUGADOR / MANANERO	06H00-07H00	PERS 18+	3,6	0,9
EL NOTICIERO I	07H00-08H00	PERS 18+	5,1	1,4
COSAS DE CASA	08H00-10H30	MUJ 18+	4,1	1,8
MARIACA EN SU SALSA	10H30-11H00	MUJ 18+	3,1	1,4
MI RECINTO	11H30-12H25	PERS 18+	3,1	2,1
EL NOTICIERO II	12H25-13H15	PERS 18+	6,1	3,5
DEPORTIVO	13H15-13H30	HOM 18+	6,1	2,8
TELENOVELA	13H30-14H30	MUJ 18+	4,1	7,5
TELENOVELA	14H30-15H30	MUJ 18+	4,1	7,4
TELENOVELA	15H30-16H30	MUJ 18+	4,1	6,1
A TODO DAR	16H30-18H30	PERS 18+	4,1	2,6
MARITERE	18H30-19H00	PERS 18+	4,1	4,6
EL NOTICIERO III	19H00-20H15	PERS 18+	10,0	8,4
TELENOVELA	20H15-21H00	MUJ 18+	8,0	6,7
TELENOVELA	21H00-21H30	MUJ 18+	8,0	6,8
TELENOVELA	21H30-22H10	COMERCIALIZACION ADJUNTA		
ARCHIVOS DEL DESTINO (L)	22H10-22H55	PERS 18+	7,2	6,5
EXPEDIENTES	22H55-23H40	PERS 18+	6,1	4,8
NI EN VIVO NI EN DIRECTO	22H10-22H55	PERS 18+	7,2	5,6
SOLTEROS SIN COMPROMISO	22H55-23H40	PERS 18+	7,2	3,8
SIMPLEMENTE MARIELA	22H10-23H40	PERS 18+	8,2	6,2
MI RECINTO	22H10-22H55	PERS 18+	7,2	7,2
ARCHIVOS DEL DESTINO (J)	22H55-23H40	PERS 18+	7,2	5,4
HAGA NEGOCIO CONMIGO	22H10-23H40	PERS 18+	6,1	3,4
EL NOTICIERO AL CIERRE	23H40-24H25	PERS 18+	5,6	1,9
TELENOVELA	24H25-25H25	COMERCIALIZACION ADJUNTA		
TELENOVELA	25H25-25H55	MUJ 18+	3,6	0,7

### SABADOS

PROGRAMAS	HORARIO	TARGET	BASE	RATING
INFANTILES	08H30-11H30	NINOS	1,2	2,0
MEGAMATCH	11H30-13H00	PERS 18+	3,1	1,8
INFANTILES	13H00-17H00	NINOS	3,1	4,7
NI EN VIVO NI EN DIRECTO	17H00-18H00	PERS 18+	4,1	2,6
MI RECINTO	18H00-19H00	PERS 18+	4,1	3,5
MIS PRIMAS (R)	19H00-19H30	PERS 18+	7,2	3,8
SHARON	19H30-21H00	COMERCIALIZACION ADJUNTA		
GUERRA DE LOS SEXOS	21H00-23H30	PERS 18+	7,2	3,8
SIMPLEMENTE MARIELA (R)	23H30-25H00	PERS 18+	4,0	1,6

### DOMINGOS

PROGRAMAS	HORARIO	TARGET	BASE	RATING
HACIA UN NUEVO ESTILO	08H30-09H30	COMERCIALIZACION ADJUNTA		
OPPENHEIMER	09H30-10H30	PERS 18+	5,0	0,5
EL RINCON DE LOS MILAGROS	10H30-11H30	COMERCIALIZACION ADJUNTA		
MEGAMATCH	11H30-13H00	PERS 18+	3,1	1,5
INFANTILES	13H00-16H30	NINOS	3,1	3,4
BLOOPERS SUPER DOOPER	16H30-17H00	PERS 18+	4,1	1,7
NI EN VIVO NI EN DIRECTO	17H00-18H00	PERS 18+	4,1	2,0
MI RECINTO	18H00-19H00	PERS 18+	4,1	3,9
EL NOTICIERO (D)	19H00-20H00	PERS 18+	8,8	5,9
GUERRA DE LOS SEXOS	20H00-23H00	PERS 18+	8,0	4,4
ENIGMAS DEL MAS ALLA	23H00-24H00	PERS 18+	4,0	2,1

FUENTE IBOPE TIME

Sep12 - Oct09, 2005

La tarifa mínima a cobrar será de 10" aunque los comerciales sean de menor duración.

## ANEXO H 2

# PAQUETES MENSUALES TCTV

### Vigentes a partir de Noviembre 01 /2005

PROGRAMAS	DIAS	HORA	DERECHOS MENSUALES	Valor hasta 30"
EL MADRUGADOR / MAÑANERO	LM3JV	06H00	22 cuñas y 22 menciones graficadas de hasta 10", exclusividad de línea solo en menciones	2.760
			22 menciones graficadas de hasta 10" con exclusividad de línea	1.650
COSAS DE CASA	LM3JV	08H00	22 cuñas y 22 menciones graficadas, exclusividad de línea solo en menciones	5.000
			22 menciones graficadas con exclusividad de línea sólo en menciones	3.700
MARIACA EN SU SALSA	LM3JV	10H30	22 presentaciones, 22 cuñas, 22 menciones graficadas y 22 despedidas, exclusividad de línea solo en menciones	2.400
			22 menciones graficadas con exclusividad de línea sólo en menciones	1.700
A TODO DAR	LM3JV	15H30	22 presentaciones, 22 cuñas, 44 menciones graficadas, 22 segmentos con presentación y despedida, exclusividad de línea solo en menciones	10.900
			22 menciones graficadas con exclusividad de línea sólo en menciones	4.800
HAGA NEGOCIO CONMIGO	V	21H45	4 presentaciones, 8 cuñas, 8 menciones graficadas, 4 despedidas, 4 segmentos con presentación y despedida, exclusividad de línea solo en menciones	4.900
			8 cuñas y 8 menciones graficadas	3.700
HACIA UN NUEVO ESTILO DE VIDA	D	08H30	4 presentaciones, 8 cuñas, 4 sobreimposiciones y 4 despedidas	1.536
EL RINCON DE LOS MILAGROS	D	10H30	4 presentaciones, 12 cuñas, 4 menciones graficadas y 4 despedidas	1.828

**NOTAS IMPORTANTES:**

- \* Estos paquetes no tienen derecho a descuento pues el mismo ya se encuentra implícito
- \* Estos paquetes se comercializarán por marcas y por cuñas, al costo arriba indicado
- \* Estos valores paquetes si se consideran para volumen de inversión

## ANEXO H 3



<b>TARIFA PRODUCT PLACEMENT TCTV</b>		
<b>Vigentes a partir de Noviembre 01 / 2005</b>		
	<b>HORARIO</b>	<b>TARIFAS</b>
Presencia	AAA	1.700
Uso	AAA	2.300
Presencia	AA	1.100
Uso	AA	1.500

## ANEXO H 4

### **SOBREIMPOSICIONES ANIMADAS**

Sobreimposiciones sin audio, dentro del programa que se escoja  
No superará el 15% de la pantalla.  
Duración: de hasta 10"  
Puede llevar animados

#### **Tarifas de acuerdo a bloque horario, serán las siguientes:**

HORARIO AAA:	USD\$ 850.00 c/u *
HORARIO AA:	USD\$ 600.00 c/u *
HORARIO A:	USD\$ 350.00 c/u *

\* Estos valores no incluyen IVA

#### **Nota:**

Sobreimposiciones estáticas sin audio, 20% menos.  
No aplica a Los Noticieros.  
Estas tarifas no generan descuento.

## ANEXO H 5



### TABLA DE DESCUENTOS POR VOLUMEN DE INVERSION ANUAL 2005

RANGOS		DSCTO	
25.000	A	50.000	25%
51.000	A	80.000	32%
81.000	A	100.000	35%
101.000	A	150.000	38%
151.000	A	200.000	40%
201.000	A	300.000	43%
301.000	A	400.000	45%
401.000	A	500.000	48%
501.000	A	600.000	50%
601.000	A	800.000	52%
801.000	EN ADELANTE		55%

## ANEXO H 6



**COSTO POR SEGUNDO  
ECUAVISA CANAL 2  
TARIFAS VIGENTES PARA EL MES DE NOVIEMBRE 2005**

**LUNES A VIERNES**

PROGRAMA	HORA	PERSONAS 18+		MUJERES 18+		NIÑOS	
		C x SEG.	RAT	C x SEG.	RAT	C x SEG.	RAT
ESTA CLARITO **	6:30	COMERCIALIZACIÓN ESPECIAL ADJUNTA					
CONTACTO DIRECTO **	7:30	8,0	2,5				
TELEVSTAZO I LOCAL (G)	7:45	4,0	2,8				
ESTA CLARITO **	8:10	COMERCIALIZACIÓN ESPECIAL ADJUNTA					
INFANTILES	09:15 - 13:00					1,2	2,8
TELEVSTAZO II **	13:30	5,2	4,4				
TNY. EL CUERPO DEL DESEO RRR	13:30			2,7	7,4		
TNY. SER BONITA NO BASTA	14:30			2,0	5,2		
TNY. NEGRA CONSENTIDA	15:30			2,0	3,5		
UN HOGAR CASI PERFECTO	16:30	2,0	2,8				
ROJO - FAMA	17:00	2,5	2,2				
LOS ESPECIALISTAS	18:30	COMERCIALIZACIÓN ESPECIAL ADJUNTA					
DORAEMON	18:45					2,0	5,7
PAQUETAZO DE LA RISA	19:10	3,0	2,8				
TELEVSTAZO III **	19:45	8,6	5,4				
TNY. SEÑORA DEL DESTINO	20:30			3,5	11,1		
TNY. EL CUERPO DEL DESEO	21:00			3,5	11,1		
TNY. AMORES QUE MANTAN	22:00			3,5	7,5		
SERIES	23:00	2,0	1,1				
TELEMUNDO **	23:30	3,0	3,6				
TNY. PEDRO EL ESCAMOSO	0:00			2,0	1,1		

**SABADO**

PROGRAMA	HORA	PERSONAS 18+		MUJERES 18+		NIÑOS	
		C x SEG.	RAT	C x SEG.	RAT	C x SEG.	RAT
SERIES INFANTILES	09:30 - 12:00					1,2	4,8
WWF RAW	12:30	2,0	2,5				
SERIES INFANTILES	13:30 - 16:00					1,2	4,3
MATINE	16:30	2,0	2,9				
DORAEMON	18:00					2,0	6,5
TELEVSTAZO ** (SABADO)	19:00	6,5	3,7				
LARGOMETRAJE	19:30	2,0	3,7				
DE LA VIDA REAL	21:30	2,0	5,0				
LARGOMETRAJE I	22:00	2,0	4,7				
CINE CLUB	0:00	2,0	1,7				

**DOMINGO**

PROGRAMA	HORA	PERSONAS 18+		MUJERES 18+		NIÑOS	
		C x SEG.	RAT	C x SEG.	RAT	C x SEG.	RAT
SERIES INFANTILES	6:30 - 09:30					1,2	4,2
LA CAJA DE PANDORA	9:30	COMERCIALIZACIÓN ESPECIAL ADJUNTA					
CERO TOLERANCIA **	10:00	COMERCIALIZACIÓN ESPECIAL ADJUNTA					
DETRÁS DE LA NOTICIA **	11:00	COMERCIALIZACIÓN ESPECIAL ADJUNTA					
POZO MILLONARIO	11:30	COMERCIALIZACIÓN ESPECIAL ADJUNTA					
POZO MILLONARIO **	11:30	4,0	4,3				
MATINE DEL DOMINGO	12:30	2,0	4,2				
KENAN & KEL	14:30	2,0	1,8				
ESPECIALES DE LA BBC	15:00	2,0	3,5				
MATINE DEL DOMINGO I	16:00	2,0	2,6				
VIVOS Y REVUELTOS	18:00	2,5	2,6				
TELEVSTAZO **	19:00	8,6	4,7				
VIVOS (E)	19:30	3,5	6,2				
NANNY	20:15	3,5	5,9				
MATRIMONIO CON HIJOS	20:45	3,0	5,4				
NO-TICIAS	21:15	3,0	3,7				
LA TELEVISION **	21:45	6,5	7,8				
BOFANO DEPORTIVO **	22:45	COMERCIALIZACIÓN ESPECIAL ADJUNTA					
LA SEPTIMA PUERTA	23:30	2,0	1,2				

\*\* Transmisión a nivel nacional

# ANEXO I

## INECI

### PRESENTACIÓN

Uno de los temas prioritarios de la Política Exterior del Ecuador es impulsar la cooperación internacional con miras a incentivar la ejecución de programas y proyectos que mejoren las condiciones de vida del mayor número de personas pertenecientes a los grupos más vulnerables.

Dentro de las acciones emprendidas en este campo, el Gobierno Nacional creó mediante Decreto Ejecutivo N° 611, de 26 de julio del 2000, el Instituto Ecuatoriano de Cooperación Internacional –INECI-, dependencia adscrita al Ministerio de Relaciones Exteriores, con el fin de implementar un sistema de cooperación técnica para captar, orientar y utilizar de manera más eficiente los recursos provenientes de la cooperación externa y asistencia técnica no reembolsable.

Desde un inicio, el INECI ha contado con la valiosa colaboración de las Misiones Diplomáticas, Agencias de Cooperación, Organizaciones Internacionales, Organizaciones No Gubernamentales Internacionales, así como del permanente apoyo del Consejo Económico Asesor de Cooperación Internacional –CACI- y de las distintas instituciones públicas y privadas nacionales.

En este contexto, el INECI se ha constituido en un importante centro técnico de concertación, coordinación, evaluación y seguimiento de la oferta y demanda de la cooperación internacional.

Es propósito del INECI impulsar, en forma permanente, múltiples acciones con el fin de racionalizar la cooperación y promover la ejecución de proyectos orientados a beneficiar especialmente a la población con los más altos índices de pobreza, en este ánimo, con el apoyo técnico del proyecto “Fortalecimiento de la unidad de asesoría económica de la Presidencia de la República del Ecuador” ha elaborado el “MANUAL METODOLÓGICO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS POR PARTE DE LAS UNIDADES EJECUTORAS”; este manual busca ser una guía que facilite la tarea de preparación de proyectos por parte de los solicitantes de cooperación y también permita evaluar en el menor tiempo posible y seleccionar los programas y proyectos que mayor impacto generen en el bienestar de la población.

### ***FUNCIONES***

Al Instituto Ecuatoriano de Cooperación Internacional le corresponde:

## ANEXO I 1

- a. Coordinar y supervisar los planes, programas, proyectos y demás acciones de cooperación internacional y asistencia económica no reembolsable, de acuerdo a las prioridades nacionales y a las políticas de inversión definidas por la Oficina de Planificación;
- b. Ejecutar en el ámbito técnico a nivel nacional las políticas y estrategias de cooperación técnica y financiera no reembolsable definidas por el Consejo Asesor de Cooperación Internacional
- c. Elaborar el plan de demanda de recursos, de acuerdo a las necesidades de cooperación técnica y financiera no reembolsable;
- d. Someter a consideración del Consejo Asesor de Cooperación Internacional lineamientos de política y de estrategia para viabilizar y optimizar la cooperación técnica y la asistencia económica no reembolsable;
- e. Coordinar con la Oficina de Planificación el establecimiento de criterios de calificación de propuestas y de políticas de inversión;
- f. Asesorar a las entidades gubernamentales y seccionales, públicas y privadas, así como a los organismos no – gubernamentales, en la preparación de programas y proyectos de cooperación que se requieran y que se enmarquen dentro de las prioridades establecidas;
- g. Mantener actualizada la base de datos del sistema de gestión de proyectos de cooperación técnica y de asistencia económica no reembolsable;
- h. Realizar programas de capacitación en materia de cooperación internacional
- i. Establecer un mecanismo permanente de coordinación con el Ministro de Economía y Finanzas para optimizar la gestión de la cooperación externa y acelerar la ejecución de los proyectos
- j. Dar seguimiento a las actividades desarrolladas a través de fondos de cooperación que se ejecutan con recursos no reembolsables de fuentes bilaterales, multilaterales u organismos no gubernamentales;
- k. Coordinar la gestión de la oferta de cooperación técnica no reembolsable que pueda otorgar el Ecuador a países amigos.

### Presentación del Director del INECI

Dentro de las acciones emprendidas en este campo, el señor Presidente de la República, mediante Decreto No. 611, de 26 de julio del 2000, creó el Instituto Ecuatoriano de Cooperación Internacional –INECI-, entidad adscrita al Ministerio de Relaciones Exteriores, que tiene como finalidad implementar un sistema de cooperación técnica que permita captar, orientar, evaluar y utilizar de manera más eficiente los recursos provenientes de la cooperación y asistencia técnica internacional no reembolsable.

Desde su creación el INECI ha contado con la colaboración de las Embajadas, Agencias de Cooperación, Organismos y Organizaciones No Gubernamentales

## ANEXO I 2

internacionales acreditadas ente el Gobierno del Ecuador, así como el permanente apoyo del Consejo Asesor de Cooperación Internacional –CACI- y de las diversas instituciones públicas y privadas nacionales.

Entre las acciones que se han emprendido se encuentra la publicación anual del “Libro de Cooperación al Desarrollo”, el cual tiene como finalidad facilitar de forma ordenada y estructurada información sobre todos los aspectos de la cooperación no responsable; entre estos, información sobre donantes, programas, proyectos y beneficiarios.

Lo anteriormente expuesto es fruto de la participación directa de los actores sociales vinculados en el tema de desarrollo; en especial, la ayuda de los denominados socios cooperantes, entre los cuales sin duda tienen un rol importante las ONG’s Internacionales.

El trabajo que realizan las ONG’s Internacionales permite impulsar el desarrollo del Ecuador a través de la ejecución de programas y proyectos de cooperación; por ello, el INECI mantiene contacto directo con las mismas y fomenta, en las diferentes negociaciones mantenidas con países y Organismos Internacionales, el otorgamiento de recursos internacionales con las fundaciones y grupos sociales nacionales.

El Ministerio de Relaciones Exteriores –Instituto Ecuatoriano de Cooperación Internacional- ha suscrito Convenios Básicos de Cooperación con cerca de 70 ONG’s Internacionales y motiva a las restantes a suscribir este tipo de Convenios. Asimismo, incentiva a nuevas ONG’s Internacionales a trabajar en el país.

Con esta oportunidad felicito por la labor que realiza las ONG’s Internacionales en beneficio de la sociedad ecuatoriana, a la vez que invito a robustecer la coordinación entre todos los actores de la cooperación a fin de lograr una optimización de los recursos tanto humanos como financieros.

Quito, 22 de febrero del 2002

Juan Salazar Sancisi  
Director Ejecutivo  
Instituto Ecuatoriano de Cooperación Internacional

## ANEXO J

### DEMANDA POR LOS EVENTOS

MES	DEMANDA POR EVENTOS			NUMERO DE EVENTOS			TOTAL DE LA DEMANDA		
	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MAÑANA	TARDE	NOCHE
ENERO	330	330	400	5	4	0	1650	1320	0
FEBRERO	330	330	400	4	3	1	1320	990	400
MARZO	330	330	400	5	2	0	1650	660	0
ABRIL	330	330	400	6	3	1	1980	990	400
MAYO	330	330	400	5	3	0	1650	990	0
JUNIO	330	330	400	3	2	1	990	660	400
JULIO	330	330	400	5	3	0	1650	990	0
AGOSTO	330	330	400	3	1	1	990	330	400
SEPTIEMBRE	330	330	400	4	4	2	1320	1320	800
OCTUBRE	330	330	400	3	3	2	990	990	800
NOVIEMBRE	330	330	400	4	2	2	1320	660	800
DICIEMBRE	330	330	400	6	3	1	1980	990	400
TOTAL				53	33	11	17490	10890	4400

Fuente: Datos obtenidos por encuesta

## ANEXO J 1

### INGRESOS

MES	TIPOS DE EVENTOS			TOTAL DE LA DEMANDA			INGRESOS			TOTAL
	EXPO	M/D/T*	ESPEC**	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MES
ENERO	1	8	0	1650	1320	0	6270	6600	0	12870
FEBRERO	1	6	1	1320	990	400	4950	4950	3200	13100
MARZO	0	7	0	1650	660	0	6600	3300	0	9900
ABRIL	0	9	1	1980	990	400	7920	4950	3200	16070
MAYO	1	7	0	1650	990	0	6270	4950	0	11220
JUNIO	0	5	1	990	660	400	3960	3300	3200	10460
JULIO	0	8	0	1650	990	0	6600	4950	0	11550
AGOSTO	1	3	1	990	330	400	3630	1650	3200	8480
SEPTIEMBRE	0	8	2	1320	1320	800	5280	6600	6400	18280
OCTUBRE	0	6	2	990	990	800	3960	4950	6400	15310
NOVIEMBRE	0	6	2	1320	660	800	5280	3300	6400	14980
DICIEMBRE	0	9	1	1980	990	400	7920	4950	3200	16070
TOTAL	4	82	11	17490	10890	4400	68640	54450	35200	158290

\*M/D/T: Esta columna acoge a todos los eventos de musica, danza y teatro

\*\* ESPEC: eventos especiales con artistas de gran renombre, programados en horario nocturnos

Fuente: Datos obtenidos por encuesta

## ANEXO J 2

### COSTO DE LOS ARTISTAS Y PERMISOS DE ESPECTACULOS

MES	NUMERO DE EVENTOS			COSTOS DE LOS ARTISTAS			COSTO TOTAL DE ARTISTAS			COSTO PERMISOS	TOTAL MES
	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MAÑANA	TARDE	NOCHE		
ENERO	5	4	0	500	500	2500	2500	2000	0	45	4545
FEBRERO	4	3	1	500	500	2500	2000	1500	2500	40	6040
MARZO	5	2	0	500	500	2500	2500	1000	0	35	3535
ABRIL	6	3	1	500	500	2500	3000	1500	2500	50	7050
MAYO	5	3	0	500	500	2500	2500	1500	0	40	4040
JUNIO	3	2	1	500	500	2500	1500	1000	2500	30	5030
JULIO	5	3	0	500	500	2500	2500	1500	0	40	4040
AGOSTO	3	1	1	500	500	2500	1500	500	2500	25	4525
SEPTIEMBRE	4	4	2	500	500	2500	2000	2000	5000	50	9050
OCTUBRE	3	3	2	500	500	2500	1500	1500	5000	40	8040
NOVIEMBRE	4	2	2	500	500	2500	2000	1000	5000	40	8040
DICIEMBRE	6	3	1	500	500	2500	3000	1500	2500	50	7050
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>33</b>	<b>11</b>	<b>6000</b>	<b>6000</b>	<b>30000</b>	<b>26500</b>	<b>16500</b>	<b>27500</b>	<b>485</b>	<b>70985</b>

Fuente: Dirección de Promoción Cívica y de Cultura de la M.I. Ilustre Municipalidad de Guayaquil y Datos de información propia

### ANEXO J 3

<b>COSTOS DE ARRIENDO DEL MAAC (ARRIENDO DEL ESCENARIO)</b>										
MES	NUMERO DE EVENTOS			COSTO DE ARRIENDO DE MAAC			TOTAL DE COSTO DE ARRIENDO			TOTAL
	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MES
ENERO	5	4	0	700	840	1050	3500	3360	0	6860
FEBRERO	4	3	1	700	840	1050	2800	2520	1050	6370
MARZO	5	2	0	700	840	1050	3500	1680	0	5180
ABRIL	6	3	1	700	840	1050	4200	2520	1050	7770
MAYO	5	3	0	700	840	1050	3500	2520	0	6020
JUNIO	3	2	1	700	840	1050	2100	1680	1050	4830
JULIO	5	3	0	700	840	1050	3500	2520	0	6020
AGOSTO	3	1	1	700	840	1050	2100	840	1050	3990
SEPTIEMBRE	4	4	2	700	840	1050	2800	3360	2100	8260
OCTUBRE	3	3	2	700	840	1050	2100	2520	2100	6720
NOVIEMBRE	4	2	2	700	840	1050	2800	1680	2100	6580
DICIEMBRE	6	3	1	700	840	1050	4200	2520	1050	7770
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>33</b>	<b>11</b>	<b>8400</b>	<b>10080</b>	<b>12600</b>	<b>37100</b>	<b>27720</b>	<b>11550</b>	<b>76370</b>

Fuente: Departamento Cultural Regional del Museo Antropologico y Artes Contemporáneas

## ANEXO J 4

### COSTO TOTAL DE EVENTOS

MES	NUMERO DE EVENTOS			COSTO DE ARRIENDO			TOTAL	COSTO DE ARTISTAS			TOTAL	COSTO	TOTAL
	MAÑANA	TARDE	NOCHE	MAÑANA	TARDE	NOCHE	ARRIENDO	MAÑANA	TARDE	NOCHE	ARTISTAS	PERMISOS	DE COSTOS
ENERO	5	4	0	3500	3360	0	6860	2500	2000	0	4545	45	11450
FEBRERO	4	3	1	2800	2520	1050	6370	2000	1500	2500	6040	40	12450
MARZO	5	2	0	3500	1680	0	5180	2500	1000	0	3535	35	8750
ABRIL	6	3	1	4200	2520	1050	7770	3000	1500	2500	7050	50	14870
MAYO	5	3	0	3500	2520	0	6020	2500	1500	0	4040	40	10100
JUNIO	3	2	1	2100	1680	1050	4830	1500	1000	2500	5030	30	9890
JULIO	5	3	0	3500	2520	0	6020	2500	1500	0	4040	40	10100
AGOSTO	3	1	1	2100	840	1050	3990	1500	500	2500	4525	25	8540
SEPTIEMBRE	4	4	2	2800	3360	2100	8260	2000	2000	5000	9050	50	17360
OCTUBRE	3	3	2	2100	2520	2100	6720	1500	1500	5000	8040	40	14800
NOVIEMBRE	4	2	2	2800	1680	2100	6580	2000	1000	5000	8040	40	14660
DICIEMBRE	6	3	1	4200	2520	1050	7770	3000	1500	2500	7050	50	14870
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>33</b>	<b>11</b>	<b>37100</b>	<b>27720</b>	<b>11550</b>	<b>76370</b>	<b>26500</b>	<b>16500</b>	<b>27500</b>	<b>70985</b>	<b>485</b>	<b>147840</b>

Fuente: Datos obtenidos por encuesta

## ANEXO J 5

### DIFERENCIAL INGRESOS - COSTOS

MES	INGRESOS			TOTAL	COSTO DE ARRIENDO			TOTAL	COSTO DE ARTISTAS			TOTAL	COSTO	TOTAL	UTILIDAD
	MAÑANA	TARDE	NOCHE	INGRESOS	MAÑANA	TARDE	NOCHE	ARRIENDO	MAÑANA	TARDE	NOCHE	ARTISTAS	PERMISOS	DE COSTOS	TOTAL
ENERO	6270	6600	0	12870	3500	3360	0	6860	2500	2000	0	4545	45	11450	1420
FEBRERO	4950	4950	3200	13100	2800	2520	1050	6370	2000	1500	2500	6040	40	12450	650
MARZO	6600	3300	0	9900	3500	1680	0	5180	2500	1000	0	3535	35	8750	1150
ABRIL	7920	4950	3200	16070	4200	2520	1050	7770	3000	1500	2500	7050	50	14870	1200
MAYO	6270	4950	0	11220	3500	2520	0	6020	2500	1500	0	4040	40	10100	1120
JUNIO	3960	3300	3200	10460	2100	1680	1050	4830	1500	1000	2500	5030	30	9890	570
JULIO	6600	4950	0	11550	3500	2520	0	6020	2500	1500	0	4040	40	10100	1450
AGOSTO	3630	1650	3200	8480	2100	840	1050	3990	1500	500	2500	4525	25	8540	-60
SEPTIEMBRE	5280	6600	6400	18280	2800	3360	2100	8260	2000	2000	5000	9050	50	17360	920
OCTUBRE	3960	4950	6400	15310	2100	2520	2100	6720	1500	1500	5000	8040	40	14800	510
NOVIEMBRE	5280	3300	6400	14980	2800	1680	2100	6580	2000	1000	5000	8040	40	14660	320
DICIEMBRE	7920	4950	3200	16070	4200	2520	1050	7770	3000	1500	2500	7050	50	14870	1200
<b>TOTAL</b>	<b>68640</b>	<b>54450</b>	<b>35200</b>	<b>158290</b>	<b>37100</b>	<b>27720</b>	<b>11550</b>	<b>76370</b>	<b>26500</b>	<b>16500</b>	<b>27500</b>	<b>70985</b>	<b>485</b>	<b>147840</b>	<b>10450</b>

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO J 6

<b>GASTOS OPERATIVOS</b>										
MES	SUELDOS	DEPRECIAC	AMORTIZAC	SUMINIST	MOVILIZA	S. BASIC	G. VARIOS	PUBLICID	ARRIENDO	TOTAL
ENERO	2670	176,33	2,92	11,25	25	250	60	7401,92	180	10777,42
FEBRERO	2670	176,33	2,92	14,91	33,13	250	79,5	7426,3	180	10833,09
MARZO	2670	176,33	2,92	14,42	32,03	250	76,875	7423,01	180	10825,585
ABRIL	2670	176,33	2,92	18,42	40,94	250	98,25	7449,74	180	10886,6
MAYO	2670	176,33	2,92	17,76	39,46	250	94,695	7445,29	180	10876,455
JUNIO	2670	176,33	2,92	21,23	47,15	250	113,16	7468,37	180	10929,16
JULIO	2670	176,33	2,92	19,64	43,63	250	104,715	7457,81	180	10905,045
AGOSTO	2670	176,33	2,92	24,48	54,41	250	130,59	7490,15	180	10978,88
SEPTIEMBRE	2670	176,33	2,92	27,02	60,05	250	144,105	7507,06	180	11017,485
OCTUBRE	2670	176,33	2,92	27,24	60,54	250	145,29	7508,53	180	11020,85
NOVIEMBRE	2670	176,33	2,92	27,39	60,87	250	146,07	7509,52	180	11023,1
DICIEMBRE	2670	176,33	2,92	25,22	56,04	250	134,49	7495,03	180	10990,03
<b>TOTAL</b>	<b>32040</b>	<b>2115,96</b>	<b>35,04</b>	<b>248,98</b>	<b>553,25</b>	<b>3000</b>	<b>1327,74</b>	<b>89582,73</b>	<b>2160</b>	<b>131063,7</b>

Fuente: Datos obtenidos por fuente propia.

## ANEXO J 7

<b>SUELDOS</b>				
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
PRESIDENTE	1	580	580	6960
ASISTENTE	1	220	220	2640
SECRETARIA	3	180	540	6480
COORDINADOR DE EVENTOS	1	380	380	4560
RELACIONISTA PUBLICO	1	380	380	4560
CONTADOR	1	320	320	3840
DISEÑADOR GRAFICO Y MULTIMEDIA	1	250	250	3000
<b>TOTAL DE SUELDOS</b>	<b>9</b>	<b>2310</b>	<b>2670</b>	<b>32040</b>
Fuente: Datos obtenidos por información propia				

<b>PROGRAMACIÓN DE LA PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN</b>					
ANUNCIO	COSTO	UNIDADES	NUMERO DE DIAS	TOTAL AL MES	TOTAL ANUAL
<b>TC TELEVISIÓN</b>					
COSAS DE CASA	4,1	15	8	492	5904
EL NOTICIERO II	6,1	15	8	1200	14400
SIMPLEMENTE MARIELA	8,2	15	4	491,4	5896,8
EL NOTICIERO III	10	15	8	736,8	8841,6
<b>COSTO TC TELEVISIÓN</b>				<b>2920,2</b>	<b>35042,4</b>
<b>ECUAVISA</b>					
CONTACTO DIRECTO **	8	15	8	960	11520
TELEVISTAZO III **	8,6	15	8	1032	12384
<b>COSTO ECUAVISA</b>				<b>1992</b>	<b>23904</b>
<b>UNIVERSO</b>					
EN ESCENA (14.6 X 7 CMS)	301,84	1	8	2414,72	28976,64
<b>COSTO EL UNIVERSO</b>				<b>2414,72</b>	<b>28976,64</b>
<b>COSTO TOTAL</b>				<b>7326,92</b>	<b>87923,04</b>
<b>COSTO PROMEDIO POR EVENTO</b>					<b>906</b>

Fuente: Canales de Televisión TC y Ecuavisa

## ANEXO J 8

<b>OTROS INGRESOS</b>					
<b>MES</b>	<b>NUM DE EVENTOS COORDINADOS</b>	<b>PUBLICIDAD FINANCIADA X OTROS ORGANISMOS</b>	<b>VENTA DE PUBLICIDAD Y PATROCINIOS</b>	<b>APORTES PRIVADOS</b>	<b>TOTAL DE OTROS INGRESOS</b>
ENERO	3	1359	2500	2500	6359
FEBRERO	4	1812	3500	3125	8437
MARZO	1	453	2500	3906	6859
ABRIL	1	453	3500	4688	8641
MAYO	0	0	2500	5391	7891
JUNIO	1	453	3500	5930	9883
JULIO	2	906	2500	6226	9632
AGOSTO	1	453	4500	6382	11335
SEPTIEMBRE	3	1359	5500	6509	13368
OCTUBRE	3	1359	5500	6607	13466
NOVIEMBRE	4	1812	5500	6673	13985
DICIEMBRE	4	1812	4200	7007	13019
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>12231</b>	<b>45700</b>	<b>64944</b>	<b>122875</b>

Fuente: Datos obtenidos por información propia

## ANEXO J 8

<b>OTROS INGRESOS</b>					
<b>MES</b>	<b>NUM DE EVENTOS COORDINADOS</b>	<b>PUBLICIDAD FINANCIADA X OTROS ORGANISMOS</b>	<b>VENTA DE PUBLICIDAD Y PATROCINIOS</b>	<b>APORTES PRIVADOS</b>	<b>TOTAL DE OTROS INGRESOS</b>
ENERO	3	1359	2500	2500	6359
FEBRERO	4	1812	3500	3125	8437
MARZO	1	453	2500	3906	6859
ABRIL	1	453	3500	4688	8641
MAYO	0	0	2500	5391	7891
JUNIO	1	453	3500	5930	9883
JULIO	2	906	2500	6226	9632
AGOSTO	1	453	4500	6382	11335
SEPTIEMBRE	3	1359	5500	6509	13368
OCTUBRE	3	1359	5500	6607	13466
NOVIEMBRE	4	1812	5500	6673	13985
DICIEMBRE	4	1812	4200	7007	13019
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>12231</b>	<b>45700</b>	<b>64944</b>	<b>122875</b>

Fuente: Datos obtenidos por información propia

## ANEXO J 9

<b>INVERSIONES</b>			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
<b>EFFECTIVO</b>	1	14300	14300
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
COMPUTADORA	9	500	4500
FAX	1	250	250
AIRE ACONDICIONADO	1	400	400
ESCRITORIOS	9	115	1035
SILLAS	9	25	225
CAMARA DIGITAL	1	250	250
CAMARA DE VIDEO	1	850	850
OTROS ACTIVOS FIJOS	1	150	150
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>32</b>	<b>2540</b>	<b>7660</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
GASTOS DE CONSTITUCION	1	175	175
ARRIENDOS POR ADELANTADO	2	180	360
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3</b>	<b>355</b>	<b>535</b>
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>			<b>22495</b>

Fuente: Datos obtenidos por información propia

## ANEXO J 10

<b>GASTOS DE INTERRELACIONES</b>					
<b>MES/RUBRO</b>	<b>FOLLETOS</b>	<b>MOVILIZACION</b>	<b>SUMINISTROS</b>	<b>GASTOS VARIOS</b>	<b>TOTAL</b>
ENERO	75	25	7,5	40	147,5
FEBRERO	99,38	33,13	9,94	53	195,45
MARZO	96,09	32,03	9,61	51,25	188,98
ABRIL	122,82	40,94	12,28	65,5	241,54
MAYO	118,37	39,46	11,84	63,13	232,8
JUNIO	141,45	47,15	14,15	75,44	278,19
JULIO	130,89	43,63	13,09	69,81	257,42
AGOSTO	163,23	54,41	16,32	87,06	321,02
SEPTIEMBRE	180,14	60,05	18,01	96,07	354,27
OCTUBRE	181,61	60,54	18,16	96,86	357,17
NOVIEMBRE	182,6	60,87	18,26	97,38	359,11
DICIEMBRE	168,11	56,04	16,81	89,66	330,62
<b>TOTAL</b>	<b>1659,69</b>	<b>553,25</b>	<b>165,97</b>	<b>885,16</b>	<b>3264,07</b>

Fuente: Datos obtenidos por información propia

## ANEXO J 11

<b>DEPRECIACION</b>				
<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR DE COMPRA</b>	<b>AÑOS DE VIDA</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>
EQUIPOS DE COMPUTO	4750	3	131,94	1583,28
EQUIPOS DE FRIO	400	10	3,33	39,96
MUEBLES DE OFICINA	1260	10	10,5	126
EQUIPOS DIGITALES	1100	3	30,56	366,72
TOTAL	7510	--	176,33	2115,96

Fuente: Datos obtenidos por información propia

<b>AMORTIZACION</b>				
<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>AMORTIZACION MENSUAL</b>	<b>AMORTIZACION ANUAL</b>
GASTO DE CONSTITUCION	175	5	2,92	35,04
TOTAL	175	--	2,92	35,04

Fuente: Datos obtenidos por información propia

## ANEXO J 12

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>MES</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS EVENTOS</b>	<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>OTROS INGRESOS</b>	<b>RESULTADO</b>
ENERO	12870	11450	10777,42	6359	-2998,42
FEBRERO	13100	12450	10833,09	8437	-1746,09
MARZO	9900	8750	10825,585	6859	-2816,585
ABRIL	16070	14870	10886,6	8641	-1045,6
MAYO	11220	10100	10876,455	7891	-1865,455
JUNIO	10460	9890	10929,16	9883	-476,16
JULIO	11550	10100	10905,045	9632	176,955
AGOSTO	8480	8540	10978,88	11335	296,12
SEPTIEMBRE	18280	17360	11017,485	13368	3270,515
OCTUBRE	15310	14800	11020,85	13466	2955,15
NOVIEMBRE	14980	14660	11023,1	13985	3281,9
DICIEMBRE	16070	14870	10990,03	13019	3228,97
TOTAL	158290	147840	131063,7	122875	2261,3

Fuente: Datos obtenidos por información propia

### ANEXO J 13

<b>ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	158290	158290	158290	158290	158290
COSTOS EVENTOS	147840	147840	147840	147840	147840
RESULTADO BRUTO	10450	10450	10450	10450	10450
GASTOS OPERATIVOS	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7
RESULTADO OPERATIVO	-120613,7	-120613,7	-120613,7	-120613,7	-120613,7
OTROS INGRESOS	122875	156000	156000	156000	156000
RESULTADO NETO	2261,3	35386,3	35386,3	35386,3	35386,3

Fuente: Datos obtenidos por información propia

## ANEXO J 14

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	0	158290	158290	158290	158290	158290
COSTOS EVENTOS	0	147840	147840	147840	147840	147840
RESULTADO BRUTO	0	10450	10450	10450	10450	10450
GASTOS OPERATIVOS	0	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7
RESULTADO OPERATIVO	0	-120613,7	-120613,7	-120613,7	-120613,7	-120613,7
OTROS INGRESOS	0	122875	156000	156000	156000	156000
RESULTADO NETO	0	2261,3	35386,3	35386,3	35386,3	35386,3
AJUSTES						
DEPRECIACION	0	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96
AMORTIZACION	0	35,04	35,04	35,04	35,04	35,04
TOTAL DE AJUSTES	0	2151	2151	2151	2151	2151
INVERSIONES	-22495	0	-2500	-6500	0	0
INECI	14300	0	0	0	0	0
VALOR DE DESECHO						1010
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-8195	4412,3	35037,3	31037,3	37537,3	38547,3
CAJA INICIAL	0	0	4412,3	39449,6	70486,9	108024,2
FLUJO DE CAJA FINAL	-8195	4412,3	39449,6	70486,9	108024,2	146571,5

Fuente: Datos obtenidos por información propia

## ANEXO K

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO (ANALISIS DE SENSIBILIDAD)</b>						
<b>SI INGRESOS DISMINUYE 5%</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	0	150375,5	150375,5	150375,5	150375,5	150375,5
COSTOS EVENTOS	0	147840	147840	147840	147840	147840
RESULTADO BRUTO	0	2535,5	2535,5	2535,5	2535,5	2535,5
GASTOS OPERATIVOS	0	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7
RESULTADO OPERATIVO	0	-128528,2	-128528,2	-128528,2	-128528,2	-128528,2
OTROS INGRESOS	0	122875	156000	156000	156000	156000
RESULTADO NETO	0	-5653,2	27471,8	27471,8	27471,8	27471,8
<b>AJUSTES</b>						
DEPRECIACION	0	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96
AMORTIZACION	0	35,04	35,04	35,04	35,04	35,04
TOTAL DE AJUSTES	0	2151	2151	2151	2151	2151
INVERSIONES	-22495	0	-2500	-6500	0	0
INECI	14300	0	0	0	0	0
VALOR DE DESECHO						1010
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-8195	-3502,2	27122,8	23122,8	29622,8	30632,8
CAJA INICIAL	0	0	-3502,2	23620,6	46743,4	76366,2
FLUJO DE CAJA FINAL	-8195	-3502,2	23620,6	46743,4	76366,2	106999

Fuente: Datos obtenidos por información propia

## ANEXO K 1

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO (ANALISIS DE SENSIBILIDAD)</b>						
<b>SI INGRESOS DISMINUYE 10%</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	0	142461	142461	142461	142461	142461
COSTOS EVENTOS	0	147840	147840	147840	147840	147840
RESULTADO BRUTO	0	-5379	-5379	-5379	-5379	-5379
GASTOS OPERATIVOS	0	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7
RESULTADO OPERATIVO	0	-136442,7	-136442,7	-136442,7	-136442,7	-136442,7
OTROS INGRESOS	0	122875	156000	156000	156000	156000
RESULTADO NETO	0	-13567,7	19557,3	19557,3	19557,3	19557,3
AJUSTES						
DEPRECIACION	0	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96
AMORTIZACION	0	35,04	35,04	35,04	35,04	35,04
TOTAL DE AJUSTES	0	2151	2151	2151	2151	2151
INVERSIONES	-22495	0	-2500	-6500	0	0
INECI	14300	0	0	0	0	0
VALOR DE DESECHO						1010
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-8195	-11416,7	19208,3	15208,3	21708,3	22718,3
CAJA INICIAL	0	0	-11416,7	7791,6	22999,9	44708,2
FLUJO DE CAJA FINAL	-8195	-11416,7	7791,6	22999,9	44708,2	67426,5

Fuente: Datos obtenidos por información propia

## ANEXO K 2

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO (ANALISIS DE SENSIBILIDAD)</b>						
<b>SI COSTOS DE EVENTOS AUMENTAN 5%</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	0	158290	158290	158290	158290	158290
COSTOS EVENTOS	0	155232	155232	155232	155232	155232
RESULTADO BRUTO	0	3058	3058	3058	3058	3058
GASTOS OPERATIVOS	0	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7
RESULTADO OPERATIVO	0	-128005,7	-128005,7	-128005,7	-128005,7	-128005,7
OTROS INGRESOS	0	122875	156000	156000	156000	156000
RESULTADO NETO	0	-5130,7	27994,3	27994,3	27994,3	27994,3
<b>AJUSTES</b>						
DEPRECIACION	0	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96
AMORTIZACION	0	35,04	35,04	35,04	35,04	35,04
TOTAL DE AJUSTES	0	2151	2151	2151	2151	2151
INVERSIONES	-22495	0	-2500	-6500	0	0
INECI	14300	0	0	0	0	0
VALOR DE DESECHO						1010
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-8195	-2979,7	27645,3	23645,3	30145,3	31155,3
CAJA INICIAL	0	0	-2979,7	24665,6	48310,9	78456,2
FLUJO DE CAJA FINAL	-8195	-2979,7	24665,6	48310,9	78456,2	109611,5

## ANEXO K 3

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO (ANALISIS DE SENSIBILIDAD)</b>						
<b>SI COSTOS DE EVENTOS AUMENTAN 10%</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	0	158290	158290	158290	158290	158290
COSTOS EVENTOS	0	162624	162624	162624	162624	162624
RESULTADO BRUTO	0	-4334	-4334	-4334	-4334	-4334
GASTOS OPERATIVOS	0	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7
RESULTADO OPERATIVO	0	-135397,7	-135397,7	-135397,7	-135397,7	-135397,7
OTROS INGRESOS	0	122875	156000	156000	156000	156000
RESULTADO NETO	0	-12522,7	20602,3	20602,3	20602,3	20602,3
<b>AJUSTES</b>						
DEPRECIACION	0	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96
AMORTIZACION	0	35,04	35,04	35,04	35,04	35,04
TOTAL DE AJUSTES	0	2151	2151	2151	2151	2151
INVERSIONES	-22495	0	-2500	-6500	0	0
INECI	14300	0	0	0	0	0
VALOR DE DESECHO						1010
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-8195	-10371,7	20253,3	16253,3	22753,3	23763,3
CAJA INICIAL	0	0	-10371,7	9881,6	26134,9	48888,2
FLUJO DE CAJA FINAL	-8195	-10371,7	9881,6	26134,9	48888,2	72651,5

## ANEXO K 4

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO (ANALISIS DE SENSIBILIDAD)</b>						
<b>SI OTROS INGRESOS DISMINUYE 5%</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	0	158290	158290	158290	158290	158290
COSTOS EVENTOS	0	147840	147840	147840	147840	147840
RESULTADO BRUTO	0	10450	10450	10450	10450	10450
GASTOS OPERATIVOS	0	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7
RESULTADO OPERATIVO	0	-120613,7	-120613,7	-120613,7	-120613,7	-120613,7
OTROS INGRESOS	0	116731,25	148200	148200	148200	148200
RESULTADO NETO	0	-3882,45	27586,3	27586,3	27586,3	27586,3
<b>AJUSTES</b>						
DEPRECIACION	0	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96
AMORTIZACION	0	35,04	35,04	35,04	35,04	35,04
TOTAL DE AJUSTES	0	2151	2151	2151	2151	2151
INVERSIONES	-22495	0	-2500	-6500	0	0
INECI	14300	0	0	0	0	0
VALOR DE DESECHO						1010
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-8195	-1731,45	27237,3	23237,3	29737,3	30747,3
CAJA INICIAL	0	0	-1731,45	25505,85	48743,15	78480,45
FLUJO DE CAJA FINAL	-8195	-1731,45	25505,85	48743,15	78480,45	109227,75

## ANEXO K 5

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO (ANALISIS DE SENSIBILIDAD)</b>						
<b>SI OTROS INGRESOS DISMINUYE 10%</b>						
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	0	158290	158290	158290	158290	158290
COSTOS EVENTOS	0	147840	147840	147840	147840	147840
RESULTADO BRUTO	0	10450	10450	10450	10450	10450
GASTOS OPERATIVOS	0	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7	131063,7
RESULTADO OPERATIVO	0	-120613,7	-120613,7	-120613,7	-120613,7	-120613,7
OTROS INGRESOS	0	110587,5	140400	140400	140400	140400
RESULTADO NETO	0	-10026,2	19786,3	19786,3	19786,3	19786,3
<b>AJUSTES</b>						
DEPRECIACION	0	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96	2115,96
AMORTIZACION	0	35,04	35,04	35,04	35,04	35,04
TOTAL DE AJUSTES	0	2151	2151	2151	2151	2151
INVERSIONES	-22495	0	-2500	-6500	0	0
INECI	14300	0	0	0	0	0
VALOR DE DESECHO						1010
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-8195	-7875,2	19437,3	15437,3	21937,3	22947,3
CAJA INICIAL	0	0	-7875,2	11562,1	26999,4	48936,7
FLUJO DE CAJA FINAL	-8195	-7875,2	11562,1	26999,4	48936,7	71884

## BIBLIOGRAFÍA

- GÓMEZ ITURRALDE JOSÉ ANTONIO, Explicación que acaba con mitos y Leyendas (La verdadera fundación de Guayaquil), Archivo Histórico del Guayas, 1999
- CHÁVEZ FRANCO MODESTO, Crónicas de Guayaquil Antiguo Tomo I y II, Biblioteca Municipal, 2000
- LEE T. PABLO, COMPTE G. FLORENCIO, PERALTA G. CLAUDIA, Patrimonio Arquitectónico y urbano de Guayaquil, Biblioteca Personal
- CASTRO PITA PARSIVAL, Revista Historia de los Monumentos de Guayaquil # 2, 3, 4, 5 y 8, Biblioteca Personal
- BLANK-TAQUÍN "Ingeniería Económica" Editorial. Mc Graw Hill, 4ta edición.
- KOTLER-ARMSTRONG (2003) "Mercadotecnia" Editorial. Prentice Hall, 6ta edición.
- MALHOTRA, NARESH (1997) "Investigación de Mercados" Editorial. Prentice Hall, 2da edición.
- SAPAG CHAIN, Nassir/Reinaldo (1988) "Preparación y Evaluación de Proyectos" Editorial. MC Graw Hill, 3ra edición.

- WELSH-HILTON-GORDON (1985) "Presupuesto" Editorial. Prentice Hall, 5ta edición.