



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

Propuesta de mediación turístico-cultural en la casa-museo María Astudillo Montesinos mediante veladas artístico- culturales

Trabajo de titulación previo a la
obtención del título de Ingeniero en
Turismo

Autor:

Johnny Gabriel Bravo Campoverde

CI: 010666897-3

Directora:

Diana López Molina

CI: 010375886-8

Cuenca, Ecuador

10/09/2019



Resumen:

La casa-museo María Astudillo Montesinos reúne un gran valor histórico-cultural dentro de la ciudad de Cuenca, su estilo, su fachada y la cantidad de objetos muebles recuperados de la misma, hacen de esta uno de los espacios óptimos para disfrutar de la arquitectura a inicios del siglo XX, es importante señalar que se han encontrado en la misma partituras antiguas, las cuales constituyen un baluarte cultural para el repertorio musical cuencano y universal, y por ende para el turismo.

El estudio establece un análisis del turismo cultural a partir de los años 70 y como este repercute para la organización de las veladas en la ciudad, así como también, la historia de la casa-museo y su relación con la sociedad, además de su inventario levantado en el año 2012, por otra parte analiza lo difícil que por el momento es vincular empresas turísticas y culturales para un desarrollo minucioso de la cultura en la ciudad y el largo camino que falta para entender la importancia de que ambos entes vayan de la mano, y presenta una propuesta de mediación turístico-cultural mediante veladas artístico-culturales que brinden al público en general un acercamiento a la historia musical de los compositores y personajes ilustres de la época de oro de la casa-museo y a la tradición musical de la familia Astudillo Montesinos, bajo un formato de conciertos en espacios íntimos, el diagnóstico de la situación actual en torno a la gestión turística de la casa-museo María Astudillo Montesinos, finalizando con el desarrollo de estrategias de promoción para las veladas artístico-culturales y su impacto sociocultural que se obtuvo a primera vista mediante el planteamiento de un grupo focal y un proyecto piloto

Palabras claves: Veladas artísticas, casa-museo, mediación, música de cámara



Abstract:

Abstract



UNIVERSIDAD DE CUENCA

The house-museum Maria Astudillo Montesinos brings together a great historical and cultural value within the city of Cuenca, its style, its facade and the amount of furniture objects retrieved from it, makes it one of the favorite spaces to enjoy the architecture of early 20th century; it is important to note that old music sheets have been found there, which constitute a cultural bulwark for Cuenca and the universal musical repertoire, and therefore for tourism.

The study establishes an analysis of cultural tourism from 1970 and how this has implications for the organization of evenings in the city, as well as the history of the house-museum and its relationship with society, in addition to its inventory in the year 2012. On the other hand, it discusses how difficult it is to link cultural and tourist companies for a thorough development of culture in the city and the long way to understand the importance that both local entities go hand in hand, and present a proposal for a tourist-cultural mediation through artistic-cultural evenings that provide the general public an approach to the musical history of the composers and illustrious figures from the golden age of the house-museum and the musical tradition of the family Astudillo Montesinos, under a format of concerts in intimate spaces, the diagnosis of the current situation around the tourist management of the house-museum Maria Astudillo Montesinos, ending with the development of promotional strategies for artistic and cultural evenings and its socio-cultural impact that was obtained at first sight through the approach of a focus group and a pilot project.

Keywords: artistic soirées, house-museum, mediation, chamber music

Student: Johnny Bravo

Director: Diana Lopez Molina

Certificado de precisión FCH-TR-037

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.


guido.abad@ucuenca.edu.ec

Santa Ana de los Rios de Cuenca, 12 de junio de 2019

cc. Archivo

Elaborado por: GEAV


Recibido por nombre, firma, fecha y hora

19-06-2019



Índice del Trabajo

RESUMEN.....	2
ABSTRACT	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	6
CLAUSULA DE DERECHOS DE AUTOR.....	7
CLAUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL	8
DEDICATORIA	9
AGRADECIMIENTOS.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
Capítulo 1: Diagnosticar la situación actual turístico-cultural de la Casa Museo María Astudillo Montesinos.	12
1.1 Turismo Cultural	12
1.2 Casa-Museo María Astudillo Montesinos	21
1.1.1 Historia	22
1.1.2 Inventario.....	24
1.3 Situación Actual	32
1.4 Presupuesto Anual de gestión	33
Capítulo 2: Establecer una propuesta de veladas artístico-culturales en la Casa Museo María Astudillo Montesinos.	44
2.1 Veladas artísticas	44
2.1.1 Introducción	45
2.1.2 Características.....	46
2.1.3 Concierto de Música de Cámara.....	49



2.2 Planteamiento de la propuesta.....	53
2.2.1 FODA	56
2.2.2 Creación de las veladas artísticas.....	58
2.2.2 Presupuesto	67
2.2.3 Cronograma.....	69
Capítulo 3: Desarrollar estrategias de promoción para las veladas artístico- culturales en la Casa Museo María Astudillo Montesinos.....	71
3.1 Gestión	71
3.2 Estrategias de marketing	74
3.3 Redes Sociales.....	80
3.4 Plan de medios publicitarios	82
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES.....	84
BIBLIOGRAFÍA.....	85



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: FODA.....	57
Tabla 2: Presupuesto de una velada por noche	67
Tabla 3: Costo de la velada por cantidad de pax.....	68
Tabla 4: Presupuesto anual de gestión	69
Tabla 5: Segmentación.....	84
Tabla 6: Tipos de segmentación	80

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Fotografía de la Familia Astudillo Montesinos	24
Imagen 2: Retrato de Florencia Astudillo	26
Imagen 3: Retrato de Remigio Astudillo Chica	27
Imagen 4: Mobiliario de esterilla	28
Imagen 5: Lámpara de velas.....	28
Imagen 6: Piano de marfil	29
Imagen 7: Partituras	30
Imagen 8: Escritura de la casa.....	31
Imagen 9: Bienes etnográficos.....	32
Imagen 10: Música de cámara en el Barroco	50
Imagen 11: Música de cámara en el Clasicismo	51
Imagen 12: Música de cámara en el Romanticismo	52
Imagen 13: Música de cámara en el Siglo XX.....	53
Imagen 14: Proyecto Piloto en la casa-museo	65
Imagen 15: Interpretación de piezas.....	66



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio
Institucional

Johnny Gabriel Bravo Campoverde, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Propuesta de mediación turístico-cultural en la casa-museo María Astudillo Montesinos mediante veladas artístico-culturales", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 10 de Septiembre del 2019

Johnny Gabriel Bravo Campoverde

C.I: 010666897-3



Cláusula de Propiedad Intelectual

Johnny Gabriel Bravo Campoverde, autor del trabajo de titulación "Propuesta de mediación turístico-cultural en la casa-museo María Astudillo Montesinos mediante veladas artístico-culturales", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 10 de Septiembre del 2019

Johnny Gabriel Bravo Campoverde

C.I: 010666897-3



DEDICATORIA

A mis padres y a mi pequeña hermana que con su amor y cariño supieron guiarme durante estos años de estudio, que comprendieron mi perseverancia y dedicación a esta maravillosa área del Turismo. Ellos con su ayuda y sacrificio fueron el pilar fundamental para lograr esta meta propuesta. De igual manera esta tesis se la dedico especialmente a mi gran maestra y amiga Thelma Cazorla que si no fuera por su ayuda y consejos, su ímpetu ganador y sobretodo su gran cariño hacia sus estudiantes, nada de esto hubiera sido posible. De la misma forma quiero dedicar este estudio a la Dra. Lucia Astudillo por su apoyo incondicional durante todo el proceso de este gran proyecto y su amabilidad para facilitarme cada detalle que necesite.



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la vida por darme la fuerza y la voluntad necesaria durante estos años de estudio, de igual manera mis agradecimientos especiales a la maestra Thelma Cazorla, a mi tutora Diana López y Gustavo Iñiguez por su ayuda y colaboración para plantear este proyecto tan especial y esperado de mi parte, y de esta manera poder concluir con éxito estos tan luchados pero maravillosos años de estudio.



INTRODUCCIÓN

La casa-museo “María Astudillo Montesinos” cuenta con un gran valor arquitectónico, los objetos, partituras antiguas encontradas en la misma y la riqueza de la distribución de su espacio hacen de este, un lugar óptimo para el deleite de cualquier turista nacional e internacional. En el presente trabajo de intervención se dará a conocer la importancia de generar veladas artístico- culturales mediante un formato específico de música de cámara.

Se partirá por ahondar en un diagnóstico de la situación actual de la casa-museo en el que se manejarán conceptos importantes para una visión más clara del contexto situacional, además se vinculará la historia del turismo cultural desde la década de los setenta con el desarrollo cultural actual en la ciudad, y como ha repercutido desde aquel entonces, por otro lado se tratará la historia de la casa- museo y su vinculación con la sociedad, y luego se realizará una entrevista del desarrollo cultural en la ciudad con la Arq. Lourdes Abad (Restauradora de la casa-museo).

Posteriormente se establecerá una propuesta de mediación en el espacio anteriormente mencionado, detallando los aspectos fundamentales para llevar a cabo la misma, una breve historia del formato de música de cámara y cómo vincular las obras encontradas en la casa durante los eventos a presentar, así como la historia de la tradición musical cuencana en los grandes salones. Finalmente se darán a conocer las estrategias de marketing para lograr posicionar las veladas en el mercado turístico-cultural en la ciudad de Cuenca.



Capítulo 1: Diagnosticar la situación actual turístico-cultural de la Casa Museo María Astudillo Montesinos.

1.1 Turismo Cultural

El turismo cultural se genera básicamente a través de dos áreas del conocimiento, turismo y cultura, que a lo largo de la historia se ha vinculado y han tenido la necesidad de complementarse con el fin de dar vida al turismo cultural que hoy en día podemos percibir (Morere y Perello, 2013). Según estos autores este tipo de turismo no ha sido valorado desde la óptica de entretenimiento y ocio, sino más bien de una manera netamente elitista, el cual no satisface a las grandes masas sino a un grupo reducido de personas afines al área de conocimiento. Por esta razón, la situación actual del turismo cultural no pasa por su mejor momento ya que se da preferencia y se invierte en otros tipos de turismo que generan un ingreso mayor y no en la misma comunidad para que conozca y valore la idiosincrasia en la que vive actualmente.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO el turismo cultural *“es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico- artísticos”* (UNESCO, 2004). Este concepto habría sido acuñado por primera vez en 1976 y sería uno de los baluartes para el desarrollo del mismo. Así se puede observar que este tipo de turismo se enfoca en realzar las raíces y tradiciones de cada ciudad o pueblo que se ofertan, y que permite a los turistas un acercamiento a la forma de vida y al conocimiento de las costumbres de cada lugar que acuden. Adicionalmente vale la pena mencionar que para la comunidad de cada ciudad o pueblo existen beneficios socio-culturales e incluso económicos que aportan al desarrollo de dicho lugar. Por ende el turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que manifiesta la consumación de la comercialización de la cultura (Santana, 2003).

Esto a su vez nos lleva a la explicación de lo que sería en cuestión el turismo alternativo que no es más que una forma de salir del prototipo y del concepto tradicional de los tipos de turismo más comunes, permitiendo dinamizar la economía de los pueblos y ciudades, así como el de potencializar gran cantidad de bienes muebles e inmuebles que se



encuentran sumidos en el olvido.

Otro de los factores determinantes es que este tipo de turismo permite disfrutar tanto a anfitriones como a invitados, la experiencia enriquecedora de poder brindar a los turistas la oportunidad de conocer algo nuevo y de estar sumergidos en la época de oro de cada ciudad o nación. Resulta importante aclarar que la época de oro en la ciudad de Cuenca, fue a finales del siglo XIX e inicios del XX donde existió un proceso de comercialización importante donde se importaban vivencias y artefactos de la Francia de aquel entonces. En aquel momento en Cuenca la gente de mayor poder adquisitivo exportaba la quinina o cascarilla que era una planta medicinal y el sombrero de paja toquilla con el fin de acrecentar su patrimonio familiar económicamente hablando. Esto era posible puesto que estas familias se trasladaban a Francia y al observar la tradición y la urbe francesa reproducían en la ciudad ciertos estilos arquitectónicos que aún se puede apreciar en el casco urbano, sumado a la gran cantidad de objetos que eran decorados con sus balcones realizados en hierro forjado por las manos hábiles de los artesanos. Todos estos factores hacen de la ciudad un lugar potencial para el desarrollo de actividades culturales complementarias que son muy escasas dentro del medio.

En el año 2004 la UNESCO creó el programa de “Ciudades Creativas” que busca dinamizar el turismo cultural y promover la creatividad como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible mediante las diferentes categorías que fueron determinadas por la organización. Esta red cubre siete ámbitos creativos: artesanía y artes populares, artes digitales, cine, diseño, gastronomía, literatura y música. En este caso se debería lograr posicionar a Cuenca dentro de las categorías de música y arte popular dado que cuenta con el patrimonio inmaterial necesario para la convocatoria. Un ejemplo de estas ciudades ya posicionadas es Lucerna (Suiza), esta ciudad es reconocida por su maravilloso panorama alpino, además posee muchos atractivos turísticos, tiendas de recuerdos y montañas de excursión, lo que le hace una ciudad atractiva para los turistas que llegan cada año para conocer esta magnífica zona. Igualmente Lucerna es un lugar de plazas e iglesias lo que le vuelve el destino ideal para hacer turismo cultural, su diseño innovador y futurista que posee la localidad es símbolo de “La ciudad de festivales Lucerna” en el que se realizan varios espectáculos a lo largo del año (Switzerland



Tourism, 2016).

Entre todo lo antes referido se puede destacar tres eventos importantes dentro de esta ciudad creativa:

1. Lucerne Festival: Se realizan una serie de conciertos de música académica repartidos en las fechas más importantes del año con los intérpretes más reconocidos del mundo en la actualidad.
2. Blue Balls Festival: Este evento es uno de los principales festivales de música en Suiza, en donde cerca del lago y el centro de cultura se presentan estrellas internacionales
3. Lucerne Blues Festival: Cada año los melómanos y aficionados a la música en general se dan cita a este evento con el fin de poder apreciar el programa de los máximos exponentes del Blues en noviembre.

Como se puede admirar, Lucerna cuenta con una cantidad considerable de eventos maravillosos que han logrado llamar la atención de las personas que la visitan, además de su gran arquitectura y estilo que sin duda llevará a los turistas a visitarla más de una vez, en base a lo analizado, Cuenca cuenta con los requisitos para ser considerada una ciudad creativa, pero se debe contar con el apoyo de la comunidad y de sus autoridades.

Cuenca, al ser considerada Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1999 y ser la tercera ciudad del país después de Quito y Guayaquil merece sin lugar a dudas posicionarse como una potencia turística a nivel nacional e internacional. Es así que cada año la ciudad recibe una cantidad considerable de personas. Por ejemplo en el primer semestre del 2018 según la Corporación Aeroportuaria de Cuenca (CORPAC) cuando aún operaba Tame se movilizaron más de 170.000 pasajeros por esta terminal lo que auguró un año productivo, ya que el valor no se incrementaba desde el 2012.

Por otra parte, la oferta y la demanda aumentan por motivo de las festividades principalmente de independencia en el mes de noviembre, según el Boletín de Indicadores Turísticos del cantón Cuenca y el catastro del año 2015 y 2016 se pudo estimar que en Noviembre de 2015 se hospedaron en la ciudad 14.679 turistas extranjeros y 32.386 nacionales, mientras que en Abril del 2016 la cifra disminuyó a 6.476



extranjeros y 12.973 nacionales, finalmente para Noviembre del 2016 la cifra nuevamente aumento a 18.765 extranjeros y 41.031 nacionales, lo que indica claramente que el mes de noviembre es el más productivo para los establecimientos hoteleros y para el ingreso económico de la ciudad (Serrano, Freire, Sanmartin, y Espinoza, 2018).

Además la ocupación hotelera del 2018 subió al 39.32% en el primer semestre del año frente al 28.32% del mismo periodo del 2017. Estos datos pertenecen al estudio realizado por la Facultad de Economía de la Universidad de Cuenca sobre el flujo y perfil de los visitantes. Entre los cinco feriados del primer semestre de 2018 la ocupación alcanzó el 75%. Es decir 18 puntos porcentuales más que en 2017.

A pesar de la cantidad de personas que llegan a la ciudad en dichas fechas nos encontramos con la problemática de que la mayoría llegan sin una motivación adicional para realizar turismo cultural, debido a la poca inversión en publicidad por parte de las entidades encargadas del turismo, debido a que la visita a los museos, conciertos, exposiciones artísticas y literarias no resultan económicamente rentables para estas entidades. Probablemente no exista una adecuada promoción de los escasos eventos de este tipo, y si a ello se suma la falta de coordinación entre la administración pública y los entes privados que pertenecen a la oferta turística se vuelve un problema complejo. Por consiguiente no se invierten en este tipo de eventos y se priorizan otro tipo de espectáculos que resultan muy rentables pero que no tienen nada que ver con mantener viva la tradición cuencana, puesto que la ciudadanía está acostumbrada a invertir su dinero en este tipo de eventos que atraen a las grandes masas.

Además de acuerdo al estudio de la demanda obtenido del Boletín de Indicadores Turísticos del cantón Cuenca en el año 2016, al estar enfocado en los días festivos se llegó a la conclusión de que la motivación de los visitantes mayoritariamente es de vacaciones u ocio. Sumado a esto el promedio de edad mayoritario de visitantes a la ciudad oscila entre los 26 y los 35 años de edad. La decisión de radicarse definitivamente en Cuenca por el tema cultural tan solo ocupa un 0.90% en este bagaje, el mayor porcentaje lo hacen por jubilación en un 63,96 % lo que indica que es un destino propiamente específico para vivir en sus últimos años. Adicionalmente de acuerdo a los lugares visitados en la ciudad en 2015 se pudo discernir que un 62.37 % fue destinado a



museos y en un 14,55 % para eventos culturales pero para el año 2016 los museos ascendieron a un 69.35% y los eventos culturales descendieron a un 7.45 % lo que indica que en la ciudad cada vez se van perdiendo este tipo de evento (Serrano, et al., 2018).

Por todo lo antes mencionado sería conveniente que el GAD Municipal cree un centro cultural, que combine todas las artes en las que se ofrezca al público en general un proyecto de alto nivel que en verdad resulte competitivo con otras ciudades del mundo que están categorizadas principalmente por ofertar el turismo cultural. Lo óptimo sería que exista una política cultural para que los gestores y actores culturales puedan desarrollar sus ideas creativas mediante programas culturales.

Para ello es importante citar un ejemplo de un centro autosustentable y sin fines de lucro, que en su debido momento fue una de las ideas más brillantes para el desarrollo musical y cultural de Latinoamérica. Este es el “*Sistema Nacional de las Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela*” fundada en 1975 por José Antonio Abreu el cual buscaba realizar una obra social y cultural con los niños de escasos recursos de Venezuela con la finalidad de que se dediquen al arte desde temprana edad y no a la delincuencia ni a ningún vicio social. Este programa proponía formar pequeñas orquestas sinfónicas y coros que a su vez formarían a futuros profesionales venezolanos en la música académica. Este proyecto contó con el apoyo del gobierno venezolano de ese entonces y con los años el resultado era sobresaliente ya que se forjaba músicos de primer nivel que a su vez podían salir al exterior a seguir estudiando su instrumento predilecto y formar a las siguientes generaciones de músicos venezolanos; lamentablemente en la actualidad este sistema, se encuentra en declive a causa de las malas administraciones del gobierno y el poco o casi nulo apoyo que se puede brindar al sistema en estos momentos, pero podría ser un referente para impulsar el turismo y el desarrollo cultural en la ciudad.

Si bien es cierto, Cuenca hoy en día no está categorizada por ofrecer un tipo de turismo específico y esto se vuelve un gran problema al momento de querer posicionar al turismo cultural en la ciudad. Por tanto, es fundamental que la dinamización del turismo sea algo que se dé con total naturalidad en la ciudad y por ende la cultura cumpla gran parte de esta dinamización con el propósito de acrecentar la oferta y la demanda turística.



Para poner en práctica todo este proceso, es necesario remontarse a la década de los 70, en donde la crisis económica comenzó a inquietar a las economías de las grandes potencias mundiales y los gobiernos se veían en la impetuosa necesidad de buscar nuevas formas de generar empleo, y la cultura estaba ahí, entonces la idea era instrumentalizarla y poder hacer de ella una oportunidad para que la sociedad de la época se adentre en lo más profundo de su ser, hasta ese momento el desarrollo cultural dependía a la par del desarrollo de las ciudades urbanas, a mayor desarrollo social y económico, mayor desarrollo cultural y esto se veía reflejado en los museos, actuaciones musicales y teatrales que existían en cada ciudad, por tal motivo los países primermundistas eran considerados cultos por poder acceder a este tipo de eventos que se creían que solo podían asistir la gente adinerada y con educación.

A partir de los años 80, la situación tendría un enfoque cada vez más cercano a la globalización y las plazas de trabajo cada vez eran menos por la desindustrialización, los productos que eran manufacturados en las fábricas eran exportados consecuentemente al extranjero, y los gobiernos locales cada vez sufrían el hecho de estancarse y no poder competir ante las nuevas tendencias, por ello la cultura tomaría un rol determinante por la creación de grandes teatros, museos, y áreas culturales que reemplazarían a lugares olvidados y degradados con el paso del tiempo (Ganau, 2009).

En la actualidad en Cuenca, los eventos que se llevan a cabo por las noches son muy escasos, uno de ellos son los conciertos de la Orquesta Sinfónica de Cuenca, que se realizan con normalidad todos los viernes por la noche en los diversos teatros de la ciudad, de los cuales la comunidad local tiene poca o casi nula información de los mismos.

Por otra parte, se afirma que cada año el gobierno aporta menos presupuesto al Ministerio de Cultura y Patrimonio y por ende a las Orquestas Sinfónicas profesionales del país, lo que resulta perjudicial para el beneficio y la dinamización de la cultura, ya que hace algunos años se pretendía realizar los conciertos no solo en Cuenca, sino en los cantones del Azuay y poder realizar giras a nivel nacional, pero esto se ha visto limitado por las razones mencionadas anteriormente. Resulta penoso observar que el turismo cultural en Cuenca va perdiendo fuerza por el decrecimiento de turistas en la visita de



museos, la falta de gente en los eventos culturales, y otros factores que inciden en el desarrollo de la ciudad. Otro de los ejemplos que se puede nombrar es el caso de Loja que se encuentra con miras a la realización de la tercera edición del Festival de Artes Vivas, el cual busca dinamizar el turismo regional y la movilidad con una serie de eventos y conciertos para destacar el talento nacional y la importancia de la cultura que está en decadencia en el país. A pesar de ser la tercera edición, el festival no ha logrado posicionarse como un referente nacional en las artes escénicas e incluso se ha pensado dejar fuera del evento a la Orquesta Sinfónica de Loja.

Dicho esto resulta necesario mencionar nuevamente a la Red de Ciudades Creativas que fue creada en el año 2004 por la UNESCO la cual tiene como objetivo promover la cooperación y la creatividad entre las ciudades como factor estratégico de desarrollo urbano sostenible (UNESCO, 2004). Ésta como se puede ver, es una iniciativa majestuosa creada por la UNESCO que busca posicionar a las ciudades dentro de un contexto cultural y creativo, y que trabajan juntas hacia un objetivo común.

Los museos con relación al Turismo Cultural

Los museos en la ciudad de Cuenca son de los atractivos más importantes de la misma porque permiten al turista conocer acerca de la tradición cuencana. Según los Estatutos del Consejo Internacional de Museos, ICOM, aprobados por la 22^a

Asamblea General en Viena (Austria) el 24 de agosto de 2007, *“un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo”* (ICOM, 2007, p. 1). Esta definición es un referente para la comunidad museística internacional.

Es importante mentar a la Dra. Lucia Astudillo Loor, quien opina que el funcionamiento actual de los museos en la ciudad es sobresaliente en comparación a las décadas que anteceden ya que se realizan programas de mediación, y sobre todo se trata de difundir acerca de los museos para que la comunidad se adentre en esta labor tan ardua pero a la vez tan noble y bella que es la museología. Esto gracias a la difusión que existe en la



actualidad mediante redes sociales. Según la Dra. Astudillo, la red de museos y espacios culturales ha contribuido para el intercambio cultural en la ciudad, pero nos dice que aún se necesita el apoyo de la comunidad (estudiantes de primaria, secundaria y universidad) que comprendan que el conocimiento de sus ancestros es muy importante para su desarrollo integral, físico y emocional.

El directorio de la red ecuatoriana de museos tiene el propósito de orientar y guiar pero sobretodo busca motivar a la gente a que visite las reliquias de museos que se encuentran en todo el país, ya sean públicos o privados. Registra la cantidad de 175 museos, e incluye las 23 provincias del Ecuador continental y para una mejor planificación se consideran las zonas territoriales del país. Se espera que en los próximos meses la ciudadanía en general pueda acceder a la plataforma virtual del directorio (El Mercurio, 2019).

Sin embargo en la década de los 80 cuando la Dra. Astudillo trabajo en el CIDAP (Centro Interamericano de Artes Populares) el Ministerio de Educación le proveía de un funcionario o docente para que sea el encargado de impartir el arte de los museos a la comunidad pero que a raíz de la creación del Ministerio de Cultura y Patrimonio en el año 2007 se retira al funcionario de sus actividades cotidianas.

Por otra parte nos comentaba que en las reuniones de la ICOM y de ciertos congresos y seminarios museológicos, ella observaba siempre a las mismas personas por lo que cree que es el momento de que la sociedad cuencana se pueda inmiscuir más en este tipo de proyectos, y si es necesario ir institución por institución, casa por casa, con el fin de poder hacer a la comunidad participe del proceso investigativo y museológico que se lleva a cabo con los museos de Cuenca.

En otras palabras se puede discernir que los museos tienen una estrecha relación con el turismo cultural pero que se necesita de la participación de las diversas entidades culturales y turísticas para que se pueda realizar una ruta de museos. Una vez mencionado este prefacio es indispensable destacar que no existe la dinamización en los museos de Cuenca por el simple hecho de que se realizan mediaciones, muestras interactivas e itinerantes esta participación se queda dentro de la ciudad y se confunde el término mediación con dinamización, ya que la propuesta museográfica no es difundida a los diversos cantones



de la provincia, ni a la comunidad que se encuentra alejada de las actividades culturales del núcleo central. Dicho esto se puede manifestar la importancia que radica la creación de nuevos centros turísticos culturales y que el efecto dinamizador sea uno de los baluartes para conseguir el objetivo final de convertir a la ciudad en cultural, turística y sostenible.

1.2 Casa-Museo María Astudillo Montesinos

Según Soledad Pérez Mateo *“las casas-museo ejercen una importante labor de conservación y difusión del patrimonio inmaterial, en mayor medida que otras tipologías museísticas conocidas* (Perez Mateo, 2009, p. 1).

Mediante ellas se pueden transmitir sensaciones que evocan el pasado mediante objetos representativos de la misma y de quienes pertenecieron, por otra parte la ICOM afirma que las casas-museos pueden ser consideradas museos históricos. Así se puede decir que existen muchos tipos de casas-museos y que cada una se distingue por algo en particular, ya sea la época, la historia, etc. Pero lo que la diferencia de un museo tradicional es que la casa-museo busca rendir tributo a una persona en específico y no a una manifestación como tal. Por tal motivo en la casa-museo, la intención es que el visitante pueda percibir los ámbitos: social, político, cultural y económico que se desarrolló en la época. Uno de los ejemplos es la Casa-Museo “Remigio Crespo Toral” en la que se muestra la vida del ilustre cuencano en la exposición de los bienes que fueron parte de su hogar.

1.2.1 Historia

La Casa Museo María Astudillo Montesinos fue construida en el año 1821, pero la decoración clásica que podemos apreciar en la actualidad fue realizada en la primera década del siglo XX. Esta vivienda perteneció a María Astudillo que vivió 104 años en la misma y que fue donada por Florencia Astudillo, una de las mujeres más importantes de inicios del siglo XX en la ciudad de Cuenca *“ya que donó o dejó su inmensa fortuna a varias comunidades religiosas, entre ellas, Sagrados Corazones, Salesianos, Hermanos Cristianos, Comunidad del Buen Pastor, Asilo Antonio Valdivieso,*



Asilo Cristo Rey, Iglesia del Cenáculo, Padres Jesuitas y otros” (Delgado y Astudillo, 2012, p. 3).

Se cuenta que esta casa fue donada por parte de Florencia a su primo hermano Remigio Astudillo Chica y que desde ese entonces hasta el final de sus días la tía María habitó en esta vivienda. Esta casa tenía una excelente ubicación, pues se encontraba en las calles Bolívar y Pichincha (ahora Hermano Miguel), prácticamente se encuentra en el corazón de la ciudad ya que estaba cerca de iglesias, tiendas, farmacias y según contaba la tía María de muy buenos vecinos.

Además es digno de recalcar que esta casa fue uno de los grandes lugares donde se llevaron a cabo los bailes de salón a inicios del siglo XX, llenas de grandes celebridades tales como Rafael Carpio Abad (Compositor de la Chola Cuencana), Carlos Cueva Tamariz, entre otros, que ofrecían a la familia un entremés en los banquetes más importantes de la familia Astudillo Montesinos y estos asistían como músicos invitados para dar realce a los eventos. Por otra parte se supo que María Astudillo también tocaba el piano, pero como pasatiempo únicamente ya que se dice que la tradición familiar dictaba que los varones aprendan a entonar la guitarra y las mujeres el piano. De este modo cuenta la historia familiar que el actual piano que se puede encontrar en la casa-museo es inglés y fue traído a finales del siglo XIX a lomo de mula por El Cajas como objeto de arte y decoración para la familia, además en aquella época era muy común que los objetos lleguen del extranjero por el afrancesamiento que hubo en Cuenca a inicios del siglo XX, en el que posteriormente llegaría en 1913 el primer vehículo a la ciudad y las familias de clase pudiente que realizaban este tipo de viajes traían consigo estos objetos lujosos. Según el Archivo Histórico Nacional (2012) realizado por Julio Cesar Delgado Ayora la tradición familiar, la cual fue contada por la señora Carmen Astudillo Montesinos afirmaba que la familia Astudillo había poseído grandes extensiones de terrenos en el ahora considerado casco urbano de la ciudad, recién para el año 1955 la casa pasa a ser por completo de las señoras María y Carmen Astudillo después de la división de bienes, dejado por la Sra. Judith Montesinos de Astudillo.



Posteriormente para el año 1990 la Srta. María Astudillo Montesinos vende la propiedad a sus sobrinas Lucia, Alicia y Gloria Astudillo reservándose el usufructo y para el año 1996 Alicia Astudillo Llor vende la tercera parte de la casa a sus hermanas Lucia y Gloria quienes al fallecer la tía María en el año 2011 a los 105 años de edad se anula el usufructo y pasa a ser propiedad de sus dueñas actuales, las hermanas Lucia y Gloria.

Maruja Cueva Jaramillo quien fue una de la personas muy cercanas a la familia narra que a esta casa se la conocía como la “*casa de la política controvertida*”, por el hecho de que los líderes y candidatos políticos cuando solían realizar sus propuestas políticas pasaban por las calles donde se encontraba ubicada la casa y desde el balcón de los Astudillo se realizaban todas las manifestaciones en pro y en contra de los mismos (Delgado y Astudillo, 2012)

Imagen 1: Fotografía de la Familia Astudillo Montesinos



Fuente: Archivo Histórico Nacional (2012)



1.2.2 Inventario

La casa-museo María Astudillo Montesinos tiene su propio inventario que fue levantado por la Mg. Marlene Ullauri Vallejo y la Lcda. María Dolores Donoso Cordero en Diciembre del 2012. Se inventariaron una gran cantidad de piezas en las que mediante fichas técnicas fueron detallados cada uno de los objetos que forman parte de la actual casa-museo. En el siguiente cuadro se podrá apreciar la cantidad de objetos de acuerdo a cada categoría.

CATEGORIA	CANTIDAD
Mobiliario	34
Pintura de caballete	6
Bienes etnográficos	70
Puertas y ventanas	6
TOTAL	116

De acuerdo al inventario que se realizó de los bienes de la casa se obtuvo un total de 116. Existen además elementos asociados a la arquitectura de valor patrimonial como puertas, ventanas, pilares y papel tapiz.

Por tal motivo para la mediación artístico-cultural se han considerado los objetos más representativos e imponentes del lugar con el propósito de hacerlos parte de las veladas artísticas que se presentarán en el mencionado trabajo de titulación. A continuación se podrá observar una clasificación de acuerdo al inventario que ya fue levantado en el año 2012, y que cuenta con una organización muy particular de acuerdo a los objetos más representativos que fueron encontrados.

- **Fondo pictórico**

Aquí se puede ver un cuadro de Florencia Astudillo, filántropa y personaje ilustre de la ciudad de Cuenca a inicios del siglo XX, la cual donó la casa a Remigio Astudillo Chica, su primo, en el año 1908, se atribuye este cuadro a Carlos Beltrán el cual fue elaborado alrededor de los años 50. Además se cree que este cuadro fue entregado al Dr. Alberto



Astudillo. En la actualidad este cuadro se conserva en muy buenas condiciones y es uno de los objetos imprescindibles que se pueden encontrar al llegar a la sala principal de la casa-museo.

Florencia Astudillo nació en el año 1869 y falleció en 1956. La señorita Astudillo en su época, era considerada una de las más acaudaladas personas del Ecuador, al mismo tiempo mostraba su generosidad sobre todo con la iglesia y la gente pobre. Tenía entre su patrimonio, varias casas en Cuenca, entre ellas, La Casa de Chaguarchimbana, La ahora Casa-Museo que obsequió a su sobrina María Astudillo. La Casa del "Coco", que fue su vivienda.

Imagen 2: Retrato de Florencia Astudillo



Fuente: Elaboración propia

En el siguiente cuadro podemos observar a Remigio Astudillo Chica, primo de Florencia Astudillo.

Este hombre recibió la escritura de la donación de la casa por parte de su prima Florencia Astudillo y desde entonces la heredó a sus familiares y descendientes con el fin de mantener este maravilloso lugar.



Imagen 3: Retrato de Remigio Astudillo Chica



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar estos son dos de los retratos más importantes de la casa-museo pero no son los únicos. Existen más obras de arte y pinturas.

- **Mobiliario**

Este mueble que se puede ver es de esterilla como la mayoría del mobiliario del lugar y fue traído desde Viena, Austria alrededor de 1920.

Es uno de los más llamativos de la sala principal por su tamaño y por su ubicación.



Imagen 4: Mobiliario de esterilla



Fuente: Elaboración propia

Por otra parte tenemos esta lámpara que se acuña a 1870 (siglo XIX) el cual funcionaba únicamente con velas.

Imagen 5: Lámpara de velas



Fuente: Elaboración propia



- **Piano**

El piano que se puede observar a continuación fue traído a inicios del siglo XX a la ciudad de Cuenca por lomo de mula por El Cajas y es un piano francés, el cual fue ejecutado por grandes músicos cuencanos. Es un teclado de marfil.

Además una de las particularidades del mismo es que lleva el nombre de Judith Montesinos encima de las teclas y fue el instrumento principal de la familia.

Imagen 6: Piano de marfil



Fuente: Elaboración propia

- **Partituras**

Las partituras que fueron encontradas en la casa-museo, se cuenta que eran adquiridas en los almacenes musicales a inicios del siglo XX y que se las guardaba en un baúl para impedir su deterioro. Estas joyas serán inventariadas para poder tener un archivo de las obras más importantes y que mediante un catálogo se pueda apreciar el valor musical y cultural que encierran estas.



Imagen 7: Partituras



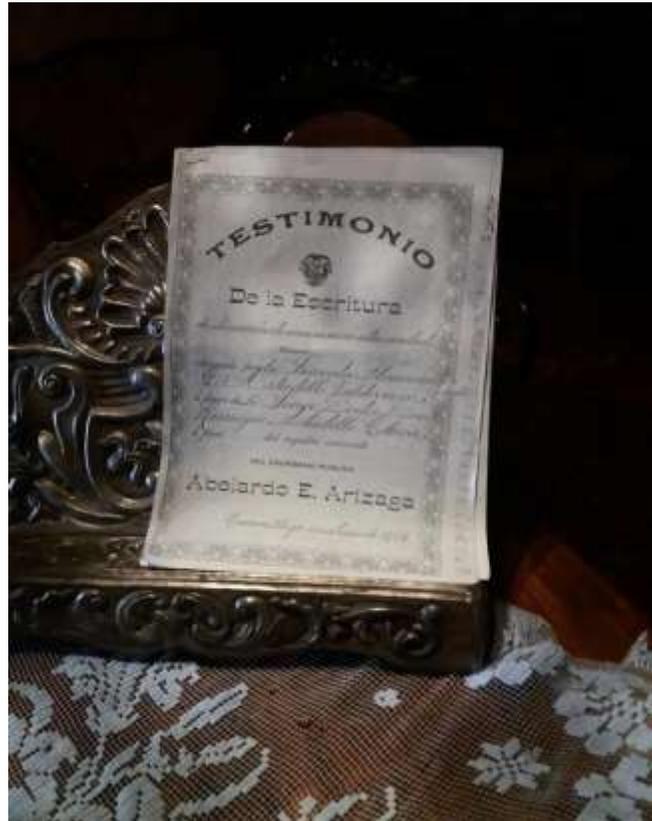
Fuente: Elaboración propia

- **Escritura de donación de la casa**

La escritura que podemos observar es una fotocopia de la original. Esta fue firmada en el año 1908 por Remigio Astudillo Chica y Florencia Astudillo. La escritura original la conserva la Dra. Lucia Astudillo. Esta escritura se la puede ver claramente en la parte central de la sala principal de la casa-museo ubicada sobre una especie de atril en un centro de mesa.



Imagen 8: Escritura de la casa



Fuente: Elaboración propia

- **Bienes etnográficos**

Los principales objetos etnográficos encontrados son copas de vidrio, utensilios utilizados para la alimentación y servicio de mesa. Estos servirán como propuesta museográfica para las veladas que se llevaran a cabo, los mismos que se encuentran en la sala adjunta a la principal donde se maneja la administración general.



Imagen 9: Bienes etnográficos



Fuente: Elaboración propia

1.3 Situación Actual

La casa-museo en cuestión como se ha podido ver hasta este punto reúne las características necesarias para considerarse como tal, pero:

¿Se realiza un buen manejo del espacio? ¿Cómo se lleva a cabo la publicidad de la misma actualmente? ¿En qué estado se encuentra su propuesta museográfica? Todas estas interrogantes han sido contestadas por la Dra. Lucia Astudillo Loor, actual propietaria de la casa-museo María Astudillo Montesinos.

En la entrevista abierta que se le realizó se pudo obtener que en parte se tiene una colección íntegra, además el manejo del espacio físico es el óptimo ya que no se ha alterado ningún objeto de la colección original, por otra parte se cuenta con un registro, un inventario, se han realizado exposiciones como casa-museo, programas educativos temporales (pequeños talleres dirigidos a niños). También se hace hincapié a la hiperconectividad (transformación de la tecnología).



Asimismo es vital resaltar que esta casa-museo es un esfuerzo privado de la familia, quienes gracias a su propio esfuerzo, amor a la ciudad y al arte han logrado mantener vivas las tradiciones de sus antepasados.

En tal caso se cree necesario realizar una investigación de los bienes de la casa y se reitera la necesidad de trabajar con la academia en cada área a fin de tener mayor conocimiento.

Para complementar la investigación se ha realizado una entrevista abierta a Lourdes Abad (Arquitecta y restauradora de la casa museo “María Astudillo Montesinos”) en donde nos pudo indicar que el desarrollo cultural de la ciudad está en declive por la falta de apoyo de los entes culturales en la cuestión económica. Para Lourdes la difusión de los eventos culturales no indica apropiación de los mismos, además debe existir un mayor apoyo al teatro, no solamente a la comedia y se deben impartir talleres dinámicos en los museos mediante el trabajo de las instituciones.

Ver anexo 3 donde se encuentra detallada la entrevista correspondiente.

1.4 Presupuesto Anual de gestión

Dentro de la propuesta del proyecto planteado se ha tomado en cuenta el tomo “Introducción a la Gestión Estratégica. Turismo Cultural” de Albert De Gregorio para detallar el proceso que debe seguir una organización para el planteamiento de un proyecto cultural con el fin de acrecentar las oportunidades de llevar a cabo el mismo. A continuación se detallarán los puntos necesarios que servirán para un correcto desempeño del tema en cuestión.

La gestión de una organización comprende un proceso complejo en el que la importancia de la toma de decisiones es vital para la interacción de los miembros con su entorno. Como tal el proceso de gestión busca cumplir con aquellas necesidades, las cuales a su vez llevarán a obtener las finalidades requeridas (De Gregorio, 2012).

La casa-museo María Astudillo Montesinos requiere de un presupuesto anual de gestión que justifique la importancia de la realización de la mediación artístico- cultural mediante



veladas artísticas con el fin de intensificar las oportunidades de que el turismo cultural en la ciudad se convierta en uno de los más importantes en Cuenca. Es importante hacer hincapié que en el presente año se ha recortado el presupuesto de la Casa de la Cultura Ecuatoriana y únicamente se ha destinado \$700.000 para el núcleo del Azuay, este monto es utilizado prioritariamente para el incentivo de los emprendimientos culturales en la ciudad, para eventos culturales desarrollados en el Teatro Casa de la Cultura, para abastecer los sueldos de los trabajadores de la entidad, entre otras cosas. Esta cifra resulta bastante alarmante para el cumplimiento y apoyo a las diversas actividades culturales en la ciudad, ya que en gobiernos anteriores a pesar de que no se ha priorizado a la cultura se ha proporcionado una cifra aceptable para el desarrollo del área afín. Es penoso que el Ecuador cada vez destine menos presupuesto a la cultura y que se prioricen otras actividades que a la larga generan muchos gastos y endeudamiento al país. Por ello los actores y gestores culturales deben buscar la manera de reclamar sus derechos y conformar un gremio que les avale cada petición y que les favorezca ante toda ley que se imponga dentro del medio.

Dicho esto se debe insistir en el proceso adecuado a seguir de la gestión cultural, la cual está conformada por los siguientes puntos:

1.4.1 La determinación de las finalidades

Este punto es una etapa clave en la gestión de las organizaciones ya que es la encargada de mostrar la estructura y los propósitos de la organización.

Así se puede decir que las finalidades de la organización deben ser claras, simples, operativas y dinámicas para que no solo sean entendidas por los miembros de la organización sino por toda la gente que conoce de la misma externamente. La organización que sea capaz de enunciar sus finalidades con claridad logrará con más facilidad implicar a sus miembros y podrá manejarse adecuadamente dentro de su campo de expresión cultural y actuación.

Finalmente es muy importante definir si la organización busca lucrar o simplemente pretende trabajar sin ánimo de lucro como una fundación.



1.4.2 Capacidades de la organización

Es importante que los miembros de la organización se encuentren lo suficientemente comprometidos para la consecución de las finalidades, además es necesario que los miembros de la misma compartan los mismos valores y objetivos dentro de la organización para que las finalidades puedan ser cumplidas con mayor facilidad.

Para ello es vital realizar un diagnóstico interno y un análisis de las capacidades de la organización, aquí es realmente valioso acotar que se deben diferenciar los elementos específicos de la organización con el fin de que diferencien de las organizaciones que actúan en el mismo sector. Estos puntos indicarán el estado de la propuesta de la organización, si bien presenta una ventaja relativa con sus competidores o aún necesita trabajar en sus finalidades para poder diferenciar de la competencia. La actuación conjunta de diversas organizaciones dentro de un mismo sector permitirán reforzar y a su vez conseguir la ayuda de las entidades públicas que a la larga permitirá arreglar asuntos financieros. Los conocimientos tecnológicos, técnicos y culturales de los que dispone la organización son vitales para la consecución de resultados.

Los recursos no materiales o intangibles de la organización son muy importantes ya que permiten disponer a la misma con un efecto diferenciador sobre la competencia, por ejemplo ser parte de una red internacional o disponer de alguna obra artística o instrumento favorecerán a la consecución de las finalidades.

1.4.3 Análisis del entorno

El entorno puede ser definido como *“todas aquellas variables relevantes para la organización que se hayan fuera de su control”* (De Gregorio, 2012, p. 17).

Como se puede observar el autor nos dice que el entorno son aquellas variables que salen del control de la organización, las cuales influirán directamente en la organización pero que no está en las manos de los miembros de la empresa. Aquí es importante resaltar aquellos factores que serán considerados como oportunidades y amenazas, la estrategia del establecimiento tenderá a aprovechar las oportunidades que le brinde el entorno y a combatir el efecto de las amenazas. Dentro de los factores del entorno podemos agruparlos en cuatro ámbitos: análisis del entorno social, del entorno sectorial, del entorno competitivo y del sector social al que se dirige la organización.



El análisis del entorno social tiene por objeto determinar los factores demográficos, sociales, políticos, tecnológicos y legales que pueden suponer oportunidades o amenazas para la organización.

El análisis del entorno sectorial estudiará la evolución del escenario de actuación y los factores explicativos de la misma. Es necesario delimitar el entorno con la mayor precisión posible para que no hayan malos entendidos.

El entorno competitivo está formado por aquellas organizaciones que operan en el ámbito de actuación de la propuesta, además se debe prever las actividades de la organización como la capacitación de profesionales, y al público al cual nos dirigiremos. Todas estas interrogantes permitirán iniciar el proceso de segmentación de la demanda, una de las etapas básicas del marketing.

1.4.4 De las finalidades a las estrategias

Este punto representa la capacidad de la organización para enfrentarse a las necesidades del entorno y a las propias fortalezas teniendo en cuenta la importancia de transformar las finalidades en estrategias, esto quiere decir que la organización debe ser muy meticulosa al momento de involucrar sus finalidades para convertirlas en estrategias que posteriormente servirán para demostrar el efecto diferenciador con la competencia. La gestión ideal es aquella que consigue definir con claridad su misión, es decir que fin persigue la misma y los recursos que utilizará para llevar a cabo la propuesta. El análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) permitirá definir las finalidades de la organización cultural. Finalmente es necesario mencionar que las mejoras de la organización serán incorporadas en la consecución de las finalidades.

1.4.5 Planificación estratégica

La planificación estratégica supone un punto relevante dentro de la consecución de las finalidades de la organización ya que será importante delimitar los servicios que ofrecerán la misma y sobretodo las acciones que realizará con estos recursos una vez planteada la propuesta. Por lo antes mencionado es útil conocer el apoyo político, cultural y financiero que se va a obtener, la centralidad de los miembros de la organización y el equipamiento para poder hacer frente a la competencia y manejar un nivel de confianza bastante alto



para la consecución de objetivos.

La intuición dentro de la organización es importante siempre y cuando los actores culturales conozcan lo que pasa en el medio y en el escenario en el que se están manejando, es decir no se puede ir de buenas a primeras sin experiencia previa y sin conocer el entorno político y legal al que se enfrenta la organización. Aquí es necesario mencionar que la demanda de las actividades del turismo cultural suelen estar condicionadas a la evolución del conjunto del sector turístico.

Por consiguiente la toma de decisiones es vital si tomamos en cuenta los factores antes mencionados y es necesario que periódicamente se evalúe la consecución de las finalidades y priorizar el destino de los recursos (De Gregorio, 2012).

1.4.6 Definición de servicios

Esta definición implica tener una estructura solidificada de los servicios que se va a ofrecer, una de las formas más precisas de obtener este proceso es mediante el marketing en el cual se incluyen aspectos tales como la demanda, segmentación, precio, etc.

Los elementos mencionados serán tomados en cuenta a partir del análisis del entorno y de las capacidades internas que ya se hayan llevado a cabo en la organización, así se podrá lograr mediante ayudas económicas, consensos y convenios lo que la organización necesitara para ofertar su producto.

1.4.7 Estructura de gestión

La estructura de gestión es una de las etapas más complicadas de consolidar dentro del proceso de gestión ya que implica que los expertos en el tema o los asesores dominen el escenario al que se están enfrentando y que estas líneas estratégicas se conviertan en la estructura de gestión que se está buscando.

Es necesario mencionar que *“la estructura de gestión es un instrumento al servicio de la consecución de las finalidades y no un objeto en sí misma”* (De Gregorio, 2012, p. 27).

Por lo tanto no se debe confundir la estructura como un producto final sino como una



herramienta para la obtención de las finalidades propuestas, sumado a esto se debe decir que esta estructura se consolidará únicamente mediante el poder de la toma de decisiones, la comunicación y el control de los integrantes de la organización. De esta manera, es necesario que cada miembro de la entidad asuma sus responsabilidades honestamente y que sepa a lo que se enfrenta y que un error de este podrá repercutir en toda la organización, además es conveniente que cada miembro de la misma domine una área específica de conocimiento con el fin de ser un soporte para cada miembro del grupo. Por otro lado es importante que la organización cuente con un sistema de control que pueda ayudar a la dirección de la información necesaria y para que los miembros estén siempre enterados de lo que pasa en la organización y se pueda aportar para una consecución de resultados más eficaz.

1.4.8 Estructura tecnológica

En cuanto a las organizaciones en muchas ramas, la tecnología, suele ser una estrategia para el manejo del producto que se quiere ofertar al mercado, sin embargo en el turismo cultural la tecnología suele ser un factor menos estratégico en la experiencia de los profesionales de la rama.

Por tal razón es importante decir que la tecnología es un proceso de adaptación en la sociedad en general y que si esta le aplicamos a los objetivos de la organización mediante el turismo cultural tendremos ideas contrapuestas por parte del personal de la organización ya que en muchas ocasiones servirá y en otras más bien restara valor al turismo cultural en sí.

1.4.9 Estructura organizativa

La estructura organizativa partirá de la planificación estratégica que se haya establecido anteriormente ya que ninguna estructura será la óptima, esta, deberá ser construida a partir de la capacidad de adaptación de sus miembros.

Existen tres tipos de modelos estructurales que son los más usuales dentro de una organización los cuales serán expuestos a continuación:

Funcional: Es aquella que se agrupa de acuerdo a la especialización, esta estructura se



aplica en pequeñas organizaciones las cuales sus miembros conocen a profundidad la actividad en la que se van a desenvolver, por tanto el papel de la dirección únicamente estará basada en las decisiones estratégicas que tomen los integrantes de la organización.

Matricial: Este tipo de estructura se caracteriza por cumplir una doble corriente de gestión. Este modelo no responde precisamente a la prestación efectiva del servicio como tal. El funcionamiento de estas estructuras se basa en el equilibrio que los sistemas de coordinación produzcan por lo que pueden surgir conflictos dentro de la organización en el tipo de actividades que se elijan para presentar, en el horario de atención del personal, etc.

Proyectos: Está basada en la estructura funcional pero el fin de los servicios es el proyecto, este modelos suele ser utilizado para promover nuevos servicios dentro de la organización que darán realce al evento que se promueva dentro de la misma pero que no tiene nada que ver con el programa habitual que se viene ofreciendo.

Se recalca que estos modelos son ejemplos citados apartadamente, pero en una organización pueden venir juntos durante el proceso de formación de las estructuras.

1.4.10 Estructura financiera y presupuestaria

Muchas veces los gestores apuestan por el beneficio económico dentro de la organización y si bien es muy importante y casi vital la obtención de estos recursos, no son el fin el cual deberían perseguir los integrantes de esta porque la parte financiera y presupuestaria debe estar al servicio de la organización y no al contrario, y al no existir la planificación estratégica debida se tiende a cometer estos errores. Para ello la organización debe definir tempranamente cuáles serán sus fuentes de financiación y no pretender que en el camino se resolverá esta parte de la gestión que a la larga resulta ser la más importante para el personal de la organización.

La tarea de los miembros por consiguiente será controlar la parte financiera y no dejar todo a la parte administrativa ya que todos los miembros deben conocer cómo se está manejando el área económica. En este punto cabe destacar que la estructura organizativa tiene que tener sentido con la estructura financiera adoptada con el fin de que las cuentas estén claras y no haya malos entendidos con los integrantes de la



organización.

Por otra parte, el área administrativa deberá tomar en cuenta que las regalías que obtenga la organización en un principio no deben ser entregadas a sus miembros igualitariamente sino que se debe prever un ahorro destinado a la inversión, dado que no se sabe en ese momento si se necesitarán realizar gastos posteriores ya sea por daño de los bienes materiales que posea la compañía o por imprevistos que se presenten en un futuro cercano.

1.4.11 Estructura de recursos humanos

El personal que se debe elegir para asumir los roles dentro de una organización siempre ha resultado complejo porque para escoger correctamente a los mismos se requiere de ciertas aptitudes las cuales son planteadas mediante un test por los profesionales en el área de la psicología o del derecho. Como se ha visto hasta este punto la organización requiere profesionales que respondan a las necesidades de la empresa y que se desempeñen sobresalientemente en el área administrativa, de gestión y política. A partir de aquí la organización debe buscar la manera para atraer a gente que ayudará a cumplir con los objetivos eficazmente, para ello es necesario que se planteen formas de atraerlos y a su vez comprometerlos con las finalidades de la organización.

“El proceso de selección debe ser entendido como una inversión en recursos humanos” (De Gregorio, 2012, p. 40). Este apartado sin lugar a dudas es muy oportuno para explicar el poder de la parte humana dentro de la organización, ya que constituye un punto fundamental dentro de la consecución de sus objetivos. Una vez realizado el proceso de selección es importante que no se asuman enteramente las responsabilidades a las que ha sido asignado sin antes pasar por un periodo de prueba que demostrará si la persona es apta para el cargo que está asumiendo durante el tiempo para el cual haya sido contratado.

Otro de los puntos cúlspide del apartado es la manera de comunicarse y de interactuar de los miembros de la organización con el cliente ya que si uno de estos no está capacitado debidamente en atención al cliente y su personalidad no es abierta se correrá un riesgo para la obtención de las finalidades de la compañía.



1.4.12 Estructura legal

La parte legal es sin duda radical en el proceso de gestión porque sin tener conocimiento de esta parte, se pueden cometer muchos errores a más de que al saltarse este paso no será posible llegar a los objetivos propuestos. El primer elemento básico a definir es si la organización opera en el sector público o privado y de definir si será una sociedad anónima, cooperativa o si la organización es sin ánimo de lucro, se optará por una fundación o asociación. La fundación destinará sus ingresos a una causa específica mientras que la asociación se basa en la aportación de capital por parte de sus socios.

1.4.13 Implementación

La implementación es parte del resultado de la obtención de las finalidades pero se debe diferenciar entre la estructura diseñada y en la que realmente se desarrolle de acuerdo al trabajo de los miembros de la agrupación. Así se puede decir que *“implementación es la etapa puesta en marcha, la que transcurre entre el diseño de la estructura y su definitivo funcionamiento”* (De Gregorio, 2012, p. 44).

Por consiguiente el proceso de implementación debe ser debidamente incorporado dentro de la planificación estratégica y debe ser tomado en cuenta en mayor medida por los integrantes de la organización para que este se pueda llevar debidamente y sea un paso más hacia la consecución de las finalidades. Dicho esto se debe mencionar que la resistencia al cambio es uno de los factores más complicados de controlar porque las personas reacciona de distinta forma y no se sabe cómo pueden tomar cierta situación que puede desembocar en un problema para la organización si no se la sabe medir a tiempo, por ello es importante revisar el diagnóstico realizado el cual el gestor debe tener la inteligencia para comunicar problemas que podrían surgir dentro de la organización a tiempo.

1.4.14 Control de gestión

El control de gestión de una empresa o en este caso de la organización tiende a ser controlado por los miembros de la misma cada cierto periodo de tiempo con el fin de que se cumplan a cabalidad los objetivos propuestos a partir de la planificación estratégica.



El tiempo estimado de revisión suele ser cada 6 meses o un año y se revisan las diversas actividades que se están realizando, la publicidad, el costo que se está generando, etc.

Por otro lado no se deben olvidar las encuestas de satisfacción al público que acude a los eventos realizados por la organización que servirán para medir la calidad de los eventos y en que se puede mejorar. Los indicadores a tomar en cuenta para un control de gestión más preciso serán los siguientes:

- Indicadores de demanda
- Indicadores de eficacia y eficiencia
- Indicadores financieros

Estos indicadores permitirán a la organización llevar un registro adecuado del control de gestión y prevendrá problemas a mediano y largo plazo.

1.4.15 Evaluación y rediseño

Esta es la última etapa del proceso de gestión y por ende la más importante ya que permitirá a la organización valorar sus actividades y resultados y mejorar en cuanto al servicio y los procedimientos utilizados hasta el momento. Aquí se podrá observar si los miembros de la organización cumplieron a cabalidad los objetivos que se propusieron desde el principio y el grado de cooperación y coordinación desde el inicio de las actividades. También será importante analizar el convivio de los miembros, el tipo de comunicación que se ha llevado hasta ese entonces y finalmente mediante los indicadores de impacto, resultado y proceso se medirán en cierto grado la consecución de objetivos.



Capítulo 2: Establecer una propuesta de veladas artístico-culturales en la Casa Museo María Astudillo Montesinos.

En el presente capítulo se detallarán dos propuestas de mediación artístico-cultural. La primera será mediante veladas que serán ofertadas en horario nocturno para jubilados extranjeros que residen en la ciudad y para aquellos turistas nacionales e internacionales que visiten Cuenca por un periodo corto de tiempo y la segunda se establecerá a través de una mediación cultural educativa por medio de las instituciones escolares públicas y privadas.

2.1 Veladas artísticas

Según la RAE (Real Academia de la Lengua) una velada es “*una concurrencia nocturna a una plaza o paseo público, iluminado con algún motivo de festividad*” y también se puede encontrar el concepto de “*reunión nocturna de varias personas para solazarse de algún modo*” (RAE, 2018). Este segundo concepto es el que más se apega al verdadero significado de velada artística que se pretende exponer, ya que las características que lo apropian servirán para definir el concepto de velada artística que como se podrá ver en la propuesta que se mostrará a continuación, gira entorno a un sentido musical y actoral.

Dentro de la propuesta que se expondrá en la presente tesis se definirá a la velada artística como un “*evento y un espacio de encuentro para la puesta en escena y socialización de los resultados del proceso realizado por la organización*” que a más de lo antes mencionado tiene el propósito de difundir la cultura cuencana, nacional e internacional a través de la música y la actuación con el fin de que los ciudadanos y extranjeros tengan un acercamiento a la vida y obra de una de las familias más tradicionales en Cuenca a inicios del siglo XX.

2.1.1 Introducción

Las veladas artísticas remontan su historia a inicios del siglo XIX donde las tertulias y gabinetes literarios de la época representaban a los grandes historiadores, filósofos y científicos del periodo del romanticismo para poder llevar a cabo sus debates y negocios



(Alonso, 2003).

Si bien es cierto, la música antes del siglo XIX no formaba parte de una velada sino que se interpretaban en pequeñas salas de las cortes más importantes de Europa con el fin de ofrecer un divertido entremés a los participantes de la misma. Una vez entrado el siglo XIX las veladas que se llevaban a cabo comenzaron a ofrecer música con pequeños conjuntos de cámara, pero siempre con un fin lúdico y de diversión para los asistentes de la velada, no con un fin de debate ni opinión. Cabe especificar que en el siglo XIX aún se creía que este tipo de tertulias musicales únicamente podían ser disfrutadas por la burguesía y la gente de renombre y elite que tenía la oportunidad de asistir a este tipo de encuentros en el que se debatía acerca del acontecer nacional e internacional y no para la clase media y baja que a duras penas combatían con el diario vivir. En consecuencia este tipo de encuentros a lo largo de la historia no ha sido valorado desde el punto de vista de la difusión y dinamización, sino que ha sido encerrado en un pequeño círculo de intelectuales que podían disfrutar de pequeños grupos de cámara que le daban un sabor especial a la velada que asistían.

Esto nos lleva a la siguiente aseveración: *“El salón es el más importante de los espacios musicales latinoamericanos en el siglo XIX”* (Miranda y Tello, 2011, p. 88). Así se puede corroborar que la música de salón fue la música que consumió la clase burguesa.

En la ciudad de Cuenca-Ecuador la historia no sería diferente, a finales del siglo XIX e inicios del XX las veladas que se llevaban a cabo eran muy escasas, únicamente se realizaban en casas de personas adineradas y sobretodo relacionadas con la política y la clase alta. Es importante recordar que en esa época el afrancesamiento estaba apoderado de la ciudad y que el negocio de la cascarilla o quinina representaba gran valor económico para los grupos de poder que podían traer objetos del extranjero y construir las edificaciones más lujosas de aquel entonces.

Otro de los acontecimientos fundamentales a nombrar es la Fiesta de la Lira, la cual tuvo su primera edición el 31 de Mayo de 1919, evento que juntaba a los principales poetas y filósofos de la ciudad en haciendas de la misma. Cabe mencionar que este festival no era



un simple concurso de poesía, sino que buscaba ser un verdadero recital de la declamación que se conozca en el acervo cultural y literario del país. La primera edición contó con 4 premios: La Flor Natural, la Violeta de Oro, el Capulí de Oro y la Lira de Oro. Este festival se logró mantener hasta 1935 y dos de los personajes promotores de este gran evento fueron: Remigio Crespo Toral y Honorato Vásquez (Martinez, 2015).

Una vez mencionados los pocos eventos de este tipo que se realizaban en Cuenca para esa época, se puede constatar que las veladas artístico-culturales realmente eran dirigidas solo para los grandes grupos de poder como ya se mencionó anteriormente, y que el fin que se perseguía no era el apreciar la música de los grandes maestros de la época, sino que esta servía para ambientar la amena conversación que mantenían los políticos, poetas e intelectuales de aquel entonces.

2.1.2 Características

- **Se realizaban en grandes espacios:** A inicios del siglo XX en Cuenca las reuniones se realizaban en espacios amplios debido a que se invitaba a un grupo numeroso de gente con la finalidad de que se pueda disfrutar de una noche inolvidable, cabe recalcar que este tipo de celebración, la realizaba la gente adinerada de la ciudad y por consiguiente aquellos que poseían las más bellas y lujosas casas. Uno de los ejemplos es la casa que perteneció a Remigio Crespo Toral y la de María Astudillo Montesinos.
- **No excedían la capacidad de 40 personas en promedio:** Era muy importante para aquel entonces que a pesar de la gran cantidad de gente que acudía a las veladas no se exceda un límite determinado de las mismas, por motivo de que eran tertulias con personas eruditas en las diversas áreas del conocimiento y convocar a más personas hubiera generado un tumulto que hubiera resultado desastroso para los debates e inferencias que se llevaron a cabo.
- **La gente que asistía vestía con sus mejores galas:** Vestir a la moda siempre ha representado para la sociedad una manera de encajar en ella e incluso caer en la ostentación de las posibilidades económicas con respecto a otras de lucir



mejor, y no se diga para la época en cuestión, puesto que los vestidos largos en las mujeres y los ternos elegantes en los varones determinaban la clase social de la persona y los rasgos que la definían al tener un determinado estilo para vestir. Además era muy común entre las señoritas conversar de las prendas de vestir que llevaban y realizar una que otra observación de aquella persona que no consideraban estaba vestida de acuerdo a la ocasión.

Por ende podemos considerar la importancia de vestir bien y no solo en aquella época, ya que hasta el día de hoy sigue siendo uno de los requisitos que impone la sociedad. Por otra parte en este punto se puede manifestar un término que englobaba a la gente en esta época mucho más que en nuestros días, la palabra “*curuchupa*” que definían a las características de un cuencano en aquella etapa definido de mente cerrada, que mantenía sus votos con la iglesia y que era firme ante los cambios que imponían las nuevas tendencias políticas, económicas y religiosas en aquel periodo.

- **Se convocaba a un grupo de músicos que ambientarían dicha velada:** Era muy común en la ciudad contar en estas reuniones con los principales músicos y compositores de la ciudad puesto que engalanaban la velada y le daban un toque especial y alegre a la misma. Se puede nombrar a grandes maestros del pentagrama nacional que fueron los encargados de darle un toque diferente a estos bailes de salón. Entre los más importantes se puede nombrar a:

1. Rafael Carpio Abad
2. Rafael Sojos
3. Ascencio de Pauta
4. José María Rodríguez
5. Víctor Sarmiento
6. Aurelio Alvarado
7. Amadeo Pauta



- **Los debates solían ser de política y negocios:** El objetivo principal de estas veladas como se ha podido mencionar anteriormente, era discutir acerca de temas de carácter político ya sea nacional e internacional y de cerrar negocios importantes entre los asistentes de dichas reuniones en donde a más de pasar un momento muy ameno, se cerraban tratos notables para el desarrollo cultural y económico del país.
- **Se servían los mejores banquetes de la época:** No podía faltar un exquisito menú en estas galas que permitían al asistente maravillarse de las delicias gastronómicas nacionales e internacionales para aquel entonces.
- **Se acostumbraba a que los hombres interactúen en un salón y las mujeres en otro:** Era muy común en ese tiempo que los hombres se encuentren ubicados en a salón debatiendo de política y negocios acompañados de un buen tabaco y un vaso de whisky, y las mujeres por otro lado discutiendo temas del hogar, hijos y de cocina. Se debe mencionar que en esta época las mujeres escasamente tenían la oportunidad de realizarse profesionalmente y que únicamente se debían a su hogar, marido e hijos.

2.1.3 Concierto de Música de Cámara

“La música de cámara es un género de la música académica, escrita para un pequeño grupo de instrumentos, que tradicionalmente podían ser ubicados en una sala palaciega” (EcuRed, 2015, parr. 2).

Como se puede observar este concepto se apega a la idea principal del concierto de música de cámara, debido a que este formato en contraposición con las orquestas sinfónicas fue elaborado para un conjunto pequeño de instrumentistas, de 2 a 12 para ser específicos. Se lo denomina de esta manera ya que en los siglos XVII Y XVIII los músicos interpretaban sus piezas en pequeñas habitaciones o recámaras que tomaban el nombre de cámaras, cabe recalcar que estos eventos eran privados en principio para la burguesía de la época, y no fue hasta bien entrado el siglo XIX donde los conciertos



de música de cámara fueron abiertos para el público. Hasta 1750 la música de cámara estaba compuesta principalmente para cuarteto de cuerdas (dos violines, viola y violonchelo).

Para adentrarse más en este género musical es oportuno remontar a finales del siglo XVI e inicios del XVII en Inglaterra, donde se escribieron gran cantidad de música para grupos de cuatro a siete violas, la cual era muy emotiva y despertaba la alegría y el furor de la gente que tenía la oportunidad de escuchar estas maravillosas obras. En este punto es vital manifestar los periodos más importantes de la música, en el que este género que se menciona hasta el momento cumple un valor imprescindible. Entre estos tenemos:

Barroco: Este periodo comprende los años (1600-1750) en donde la sonata de iglesia y la sonata de cámara eran un indicio de las piezas camaristas que se iban a componer en el siguiente periodo musical. Entre los principales exponentes de este periodo se pueden citar a:

- Johann Sebastián Bach
- George Frederich Handel
- Antonio Vivaldi

Imagen 10: Música de cámara en el Barroco



Fuente: Historia de la Educación Musical



Clasicismo: Este periodo comprende los años (1750-1820) Uno de los principales exponentes de esta etapa, el compositor Josep Haydn le daría un redescubrimiento a la música de cámara imponiendo al cuarteto de cuerdas como el conjunto musical por excelencia y teniendo como influencia a los nuevos estilos de música ligera vienesa. Entre los principales exponentes de este periodo se pueden citar a:

- Wolfgang Amadeus Mozart
- Joseph Haydn
- Ludwig Van Beethoven

Imagen 11: Música de cámara en el Clasicismo



Fuente: (Música 13. Historia de la Música, 2010)

Romanticismo: Este periodo comprende los años (1820-1900). Para esta época la música de cámara se encontraba más consolidada por influencias directas de sus predecesores. Los principales compositores de este periodo experimentaban con conjuntos más numerosos que el tradicional cuarteto de cuerdas, logrando una riqueza armónica exquisita. Este tipo de nuevos conjuntos incluía quintetos, sextetos, septetos y hasta octetos donde a más de priorizar los instrumentos de cuerdas se añadían instrumentos de viento y el piano.



Entre los principales exponentes de este periodo de pueden citar a:

- Johannes Brahms
- Franz Schubert
- Robert Schumann
- Félix Mendelssohn

Imagen 12: Música de cámara en el Romanticismo



Fuente: (Musicarte, 2016)

Siglo XX: Para este periodo surgieron nuevas tendencias musicales en donde se realizaron nuevas experimentaciones, incluso muy arriesgadas para los modelos que se venían llevando con normalidad hasta el romanticismo. Entre los principales exponentes de este periodo se pueden citar a:

- Dmitri Shostakovich
- Claude Debussy
- Maurice Ravel
- Bela Bartok
- Erik Satie



- Francis Poulenc
- Arnold Schonberg

Imagen 13: Música de cámara en el Siglo XX



Fuente: (EcuRed, 2015)

2.2 Planteamiento de la propuesta

La casa museo en cuestión cuenta con la infraestructura necesaria y el equipamiento óptimo para realizar veladas artístico-culturales, dado que la fachada del lugar, su mobiliario y su estilo representan un atractivo no solo para los cuencanos sino para cualquier turista que visite esta maravillosa morada.

El proyecto nace con la iniciativa de recordar a nuestros antepasados y recrear los bailes de salón que se realizaban en la ciudad de Cuenca a finales del siglo XIX e inicios del XX.

En esta etapa se denominaron bailes de salón ya que se interpretaban y bailaban en lugares pequeños y exclusivos que al son del piano, el cual era uno de los principales instrumentos de estos bailes, en que la gente bailoteaba con los mejores ritmos nacionales del momento y de algunas danzas, valeses y polkas que venían de Europa. La música para aquella época representaba dos maneras principales de exponerla:

Música Religiosa: Los compositores de ese entonces dirigían sus composiciones al ser



todopoderoso, mostrando un amor y respeto especial por quien les dio la vida. Aquí es importante señalar que el cargo de maestro de capilla representaba un cargo muy imponente para un músico y compositor en estos años puesto que el que ocupaba este puesto era el encargado de dirigir los coros de la iglesia y componer sus mejores obras.

Música Profana: Este tipo de música tenía como fin ensalzar lo cotidiano y representar mediante melodías el diario vivir de una persona normal con sus metas y aspiraciones tratando de darle un enfoque natural y terrenal.

La música de salón propiamente dicha fue creada para ser interpretada por pocos instrumentos ante un auditorio íntimo como se mencionó en puntos anteriores y tenía como objetivo acompañar los acontecimientos más importantes de la época. (Alvarado, 2017).

La propuesta de mediación artístico-cultural, la cual concierne a este proyecto de intervención, consiste en representar un día normal en la vida de una familia adinerada cuencana a inicios de siglo XX, en especial de la familia Astudillo Montesinos, tildada por la celebración de onomásticos de sus familiares, cenas de negocios, convenios con los principales representantes políticos de Cuenca, veladas literarias y conversatorios con los principales artistas y eruditos de la ciudad.

Es por tal motivo que se pretenden efectuar veladas artístico-culturales en la casa museo “María Astudillo Montesinos” dos veces por mes y mediaciones artístico-culturales con las instituciones educativas una vez al mes, en las que se contará con músicos y actores de primera que transportarán al pasado a los asistentes a dicha velada interpretando algunas obras perdidas de la época y otras que constituyen el repertorio universal de la música.

Es importante manifestar que en la casa museo se han encontrado partituras antiguas que pertenecieron a Remigio Astudillo Chica y que fueron pasando de generación en generación. Estas fueron halladas en un baúl verde que guarda estos tesoros del pasado, que han sido tratadas con el debido cuidado para poder revisarlas, inventariarlas y clasificarlas de acuerdo al año de composición de la obra y al estilo al que pertenecen.



La idea principal es contar con un cuerpo de músicos profesionales que puedan nuevamente dar valor a estos tesoros perdidos y que puedan reestrenar estas obras que en algún momento constituyeron de mucho éxito en estas veladas que se pretende recrear. De esta manera se podrá dar a conocer al público en general las maravillosas obras que fueron compuestas por grandes compositores cuencanos y que actualmente se encuentran sumidas en el olvido.

Por medio de las veladas artístico-culturales se pretende poder exponer estas obras para que el público pueda apreciar directamente el estado de las mismas y la joya que evocaría a los grandes museos europeos que tienen partituras inéditas de los grandes compositores de la historia.

Como una siguiente parte está la actuación, integrada por los mejores actores de la ciudad, los cuales, nos regalarían mediante un guión las vivencias y las ocurrencias de las familias más tradicionales de Cuenca en esos años. Lo importante es poder vincular esta programación para poder realizar un divertido entremés a los asistentes a la celebración.

Asimismo al vivenciar las escenas de la vida pasada en la ciudad, se pretende que los asistentes de la velada puedan tomar el té con la vajilla antigua, incluso recitar poesía o leer cuentos antiguos, pero uno de los puntos a resaltar es el de incorporar un taller de caligrafía en el que se hagan demostraciones del cambio en la misma a lo largo de estos años. Una de las razones para realizar este taller es que se puede aprender la historia a través del cambio del tipo de escritos y caligrafía puesto que el tipo de letras que se enseñaba en la escuela cambió con la independencia por la incursión de ideas y tendencias de Francia e Inglaterra, abandonando el filtro español.

Finalmente se tiene planificado trabajar en convenio con los restaurantes y cafeterías de la zona para que el paquete incluya una alimentación para el asistente, de manera de que pueda disfrutar de una noche inolvidable.

Igualmente se ambiciona que el proyecto cuente con el apoyo de la empresa pública y privada (en este caso de la Casa de la Cultura) para que las veladas se puedan llevar a



cabalidad y se puedan cumplir con los gastos que requieren los artistas y diseñadores del proyecto. Como último punto resulta primordial cumplir con la mediación y dinamización de la casa-museo realizando seminarios, talleres y conciertos inclusivos con escuelas y colegios para que conozcan de cerca a sus antepasados respetando el aforo del lugar para que no se pueda deteriorar el espacio.

La idea principal del proyecto radica en poder trabajar con las principales agencias de viajes de la ciudad que estén interesadas en comprar este producto y vender a los turistas que llegan a Cuenca de manera que el extranjero en vez de ir al hotel a dormir tenga una actividad nocturna de calidad, y sea parte de esta maravillosa velada. Como se puede ver este paquete no está dirigido solo para los turistas sino para el público en general que quiera vivenciar las escenas de la vida pasada.

2.2.1 FODA

El análisis DAFO o también conocido como FODA es una herramienta que permite conocer la situación de una empresa o proyecto analizando las características internas y externas para tener una idea más clara de la factibilidad del proyecto y sobre todo conocer el estado del mismo para saber a lo que se enfrenta. En este caso se analizará la propuesta de veladas artístico-culturales en la casa-museo “María Astudillo Montesinos”



Tabla 1: FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. La ubicación de la casa-museo es la óptima, ya que se encuentra en el centro de la ciudad. Por consiguiente esto facilitará el traslado de los turistas al lugar. 2. Apoyo por parte de los propietarios de la casa-museo. 3. Conocimiento técnico del tesista en el área de la música y el turismo. 4. Respaldo de artistas y músicos de la ciudad para sacar adelante el proyecto. 5. Existencia de partituras antiguas que se pueden restaurar para su reestreno. 6. El sitio en cuestión es el lugar propicio para realizar las veladas ya que es una casa-museo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las agencias de viajes y los operadores turísticos están interesados en el proyecto. 2. Existe un interés de promoción por parte de la Casa de la Cultura Núcleo del Azuay. 3. No existe otra oferta de este tipo en la ciudad de Cuenca. 4. El lugar cuenta con un servicio de alimentación en la zona.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bajo presupuesto por parte de los propulsores del proyecto. 2. Capacidad de carga reducida 3. Falta de conocimiento del espacio y de los servicios prestados 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de apoyo de los organismos culturales en tema presupuestario. 2. Falta de interés de las entidades turísticas.

Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Creación de las veladas artísticas

Las veladas artísticas constituyen un posicionamiento del arte musical en la ciudad y se pretende crear las mismas mediante espectáculos de primer orden a través de las



carteleras y programas de las agencias de viajes y operadores turísticos hasta hacer del arte un servicio a la comunidad.

En otras palabras se busca ofrecer al sector empresarial, cultural y turístico recitales y actuaciones de calidad con repertorios selectos mediante el reestreno de partituras que se encuentran abandonadas.

Estas veladas serán nocturnas y estarán enfocadas a un target específico que en este caso se trata de turismo receptivo o el público en general que llega de otras partes del país o del mundo que mediante las agencias u operadores podrán adquirir este paquete para disfrutar de una experiencia inolvidable.

Después de realizar el análisis FODA se ha llegado a la conclusión de que si bien existe un apoyo de los propietarios de la casa-museo para la intervención del proyecto, en el caso de los organismos culturales a pesar de su apoyo, el déficit radica en el tema económico. Por otro lado las entidades turísticas por el momento no encuentran una relación entre turismo y cultura por la falta de conocimiento del espacio y de los servicios prestados, pero también de observar realmente en que consiste el producto. También se puede divisar que a pesar de que el lugar tiene alimentación y los servicios necesarios para el deleite del turista, la capacidad de carga del espacio no permite albergar a demasiada gente. Entonces como recapitulación a este FODA se permite sostener que el espacio es adecuado para realizar las veladas artísticas, que existe gente comprometida en realizar de este un evento posicionado en la ciudad pero que a su vez la gestión turístico-cultural debe ser la adecuada para que el desarrollo de las mismas se dé a conocer con total naturalidad.

Para ello se propone armar paquetes turísticos que serán ofrecidos al mercado, además se dará a conocer las actividades que se efectuarán con la mediación educativa.

- **Paquete Premium:** Este paquete se enfoca al público objetivo que persigue este proyecto que son las Operadoras de Turismo y se conforma de la siguiente manera, pudiendo ser modificado de acuerdo a los requerimientos de los turistas o de los paquetes.



Concierto y/o espectáculo en la sala principal de la casa-museo “María Astudillo Montesinos”

Este es el tema central o el objetivo principal que persigue el proyecto, la velada contará con músicos de primer orden quienes serán los encargados de brindar al público presente un repertorio pasando desde el repertorio universal hasta el nacional. Además se debe recalcar que en estos conciertos se reestrenarán algunas de las obras más significativas que se encontraron en la casa-museo y que sin duda darán realce a los compositores nacionales del pasado. La recreación de la velada se hará con aquellas obras que formaron parte del repertorio en aquel entonces. El objetivo es ofrecer al asistente un concierto diferente, de carácter íntimo que inmiscuya al mismo de una manera directa con los intérpretes.

Actuación o personificación de los personajes más importantes de la Cuenca de antaño.

Es otro de los puntos más importantes de la velada, permitirá al espectador apreciar de cerca los personajes que ilustraban a la Cuenca de antaño con las vestimentas más representativas de la época, así como sus modismos y la idiosincrasia en la que vivían y se desenvolvían. El libreto o el guion serán realizados por los profesionales en el área de actuación y tratará de personificar un día normal en una familia de clase alta de Cuenca a inicios del siglo XX. Es fundamental mencionar que hace algún tiempo se pudo restaurar la obra de teatro “*Buen pago a los acreedores*” la cual fue escrita por Remigio Astudillo Chica y que se pudo extraer una parte para representarla dentro las instalaciones de la casa-museo, por lo que se espera que una vez se lleven a cabo las veladas se la pueda realizar completa con destacados actores de la ciudad.

Cena (En caso de que se haya tomado esta opción)

La cena es un punto opcional dentro de las veladas, el asistente podrá escoger si desea el servicio de alimentación antes del evento o en su defecto podrá asistir directamente a la velada. Se espera contar con el apoyo de los restaurantes de la zona para que se pueda brindar este servicio sin ningún inconveniente además de otros restaurantes



cercanos a la zona. Asimismo se propenderá que los platillos que se puedan degustar sean similares a los que se servían en esa época

Guianza y recorrido por las instalaciones de la casa-museo

En el intermedio del espectáculo la idea es a más de brindar una copa de vino a los asistentes que la Dra. Lucia Astudillo (propietaria de las instalaciones), pueda contarles acerca de la historia de la casa y de sus antepasados y que esta vaya acompañada del recorrido de las instalaciones y de apreciar los objetos más representativos que aún se conservan. Es importante que la cantidad de personas que hagan el recorrido no excedan la capacidad de carga del lugar que está predispuesto para 30 personas como máximo, puesto que se pueden deteriorar los bienes muebles y esto resultaría perjudicial para el correcto accionar de la propuesta.

Venta de souvenir al finalizar la velada

En todo evento es primordial que el turista se lleve una experiencia enriquecedora y que la recuerde por el resto de sus vidas, por esta razón es conveniente de que se elaboren souvenirs para que los visitantes los puedan adquirir y que el valor que se obtenga de los mismos queden para el mantenimiento de la casa-museo.

PROPUESTA DE MEDIACION CON LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Como parte de este proyecto, se habla también de la propuesta de mediación con las instituciones educativas mediante actividades culturales, pero de una manera inclusiva y buscando que la comunidad estudiantil se apegue y conozca de estos eventos que se están buscando posicionar en la ciudad, así como la importancia que estos radican en el desarrollo cultural de la ciudad. Estos programas inclusivos se llevaran a cabo una vez por semana con las instituciones que se firme un convenio o que realicen una carta-solicitud a la propietaria de la casa- museo indicando que quieren ser parte de esta experiencia artística. Estas propuestas se realizarán en horario matutino en el que las escuelas y colegios puedan asistir sin ningún inconveniente, la misma que se compone de las siguientes actividades:



Recorrido y guianza en las instalaciones de la casa-museo

Es primordial para la comunidad académica tener un acercamiento a la vida y obra de sus antepasados, por esto es necesario realizar una guianza o recorrido por la casa-museo con un fin educativo para que los más pequeños se adentren en una interesante historia que guardan las paredes de la misma casa. Se debe tener principal cuidado con los objetos de la misma ya que se pueden deteriorar si no se toma el debido cuidado con los niños y jóvenes.

Taller de Caligrafía en una de las salas del lugar

A diferencia de los puntos citados dentro de las veladas nocturnas, en las mediaciones se da paso a un taller de caligrafía en el que se puede apreciar la historia de la escritura a lo largo del tiempo y lo significativo que resulta dentro de la cultura popular para cualquier pueblo o nación. La idea de este ítem radica en la presencia de Gerardo Machado dentro de las instalaciones de la casa-museo para que se pueda explicar a los jóvenes estudiantes mediante proyecciones y de una enseñanza personalizada la escritura acompañado de música para lograr una mayor concentración en los asistentes de la misma.

Concierto didáctico para conocimiento del repertorio musical a las nuevas generaciones

Las grandes orquestas sinfónicas del planeta a más de sus conciertos de temporada ofrecen pequeños conciertos inclusivos dirigidos a jóvenes estudiantes persiguiendo un fin académico. En este caso se pretende realizar un mini concierto en el que se explique la importancia de la música y sus elementos básicos como una charla introductoria seguida de una pequeña representación de las obras más importantes de la historia y la imponente de los grandes compositores.

Actuación o personificación de los personajes más importantes de la Cuenca de antaño

Los niños principalmente tienen un gusto particular y les llama mucho la atención



observar representaciones de cualquier índole, especialmente si se trata de obras infantiles. En esta mediación se espera que ellos puedan palpar a los personajes más influyentes en la historia de la ciudad y como han cambiado hasta el día de hoy. Para este punto los actores buscarán realizar un guion dirigido para niños y que les explique mediante una historia entretenida y corta cómo cambiaron las vestimentas desde inicios del siglo XX, las tradiciones familiares, profesiones y la idiosincrasia en general.

Sumado a esto se aspira poder ejecutar muestras itinerantes en las principales ciudades del país. Por ejemplo en el caso de Quito se encuentra la casa-museo “María Augusta Urrutia” la cual cuentan con un piano y el espacio es el óptimo para efectuar este tipo de veladas. Además en esta casa-museo en la actualidad no se llevan con frecuencia los programas inclusivos ni mucho menos esta propuesta de mediación planteada en la presente tesis. Las semejanzas que guarda esta casa-museo con la de María Astudillo Montesinos son los escupideros, bargueños y los accesorios, además del papel tapiz.

En Guayaquil por ejemplo existe el museo de la música popular guayaquileña “Julio Jaramillo” en el que se pueden realizar estas muestras y exponer obras de compositores nacionales que a lo mejor en esa época no se pudieron difundir y llegaron a pequeños grupos en la ciudad de Cuenca.

Finalmente en Ambato se encuentra el museo de “Juan León Mera” el cual también cuenta con un piano y el espacio es el adecuado para la propuesta del proyecto.

Para conocer el interés que puedan tener los turistas se llevó a cabo un proyecto piloto el cual cuenta con las siguientes características.

Un proyecto piloto es el resultado de probar mecanismos que se esperan presentar para el proyecto final, pero con el fin de conocer a ciencia cierta que recursos aún faltan por trabajar y cuáles se podrán implementar en el camino.

El proyecto piloto para la presente tesis se dio cita el día sábado 9 de Febrero del año 2019 en la casa-museo “María Astudillo Montesinos” en la que se ofreció a los familiares de la directora del museo y a directivos de la Casa de la Cultura (Núcleo del Azuay) un concierto piloto con destacados músicos de la ciudad. Entre ellos figuran:



Universidad de Cuenca

Johnny Gabriel Bravo (Piano)

Gabriela Méndez (Soprano)

Belén Campoverde (Soprano)

David Peña (Barítono)

Santiago Arévalo (Violín)

El repertorio que se interpretó en nombrada fecha fue el siguiente:

Primera parte

- **Die Mierre (Johannes Brahms)**

Piano: Johnny Bravo

Voz: Gabriela Méndez y Belén Campoverde

- **El Barberillo de Lavapiés (F. Barbieri)**

Piano: Johnny Bravo

Voz: Gabriela Méndez y Belén Campoverde

- **Barcarolle (Jacques Offenbach)**

Piano: Johnny Bravo

Voz: Gabriela Méndez y Belén Campoverde

- **Via Resta Servita (Wolfgang Amadeus Mozart)**

Piano: Johnny Bravo Voz: Gabriela Méndez y Belén Campoverde

En el intermedio se ofreció una copa de vino a todos los invitados y la Dra. Lucia Astudillo se dirigió al público presente para contarles la historia de la casa, felicitar a los artistas por su gestión y manifestar su agradecimiento a los organismos culturales que estaban interesados en el proyecto. El total de personas que asistieron a la velada fue de 36.



Imagen 14: Proyecto Piloto en la casa-museo



Fuente: Elaboración propia

Segunda Parte

- **Stars de “Los Miserables”**

Piano: Johnny Bravo

Voz: David Peña

- **Czardas (Monti)**

Piano: Johnny Bravo

Violín: Santiago Arévalo

- **West Side Story “musical” (Leonard Bernstein)**

Piano: Johnny Bravo

Violín: Santiago Arévalo

Voz masculina: David Peña

Voces femeninas: Gabriela Méndez y Belén Campoverde



Imagen 15: Interpretación de piezas



Fuente: Elaboración Propia

La velada fue un éxito, aunque en esta ocasión se realizó solo el concierto, no hubo actuación, pero hubo una gran acogida por parte de la gente que asistió. Por otra parte se pudo observar que los objetos de la casa requieren de sumo cuidado y que la capacidad de carga para las veladas se debe tomar muy en cuenta y no sobrepasar de 30 personas en cada velada. Ver anexo 2: Boletín de prensa, anexo 4: Publicación en El Mercurio del proyecto piloto en la casa-museo “María Astudillo Montesinos” y anexo 7: Afiche promocional del proyecto piloto.

2.2.2 Presupuesto

El presupuesto que se utilizará para el proyecto es determinante en el cumplimiento de las funciones de cada actor y gestor cultural por lo que se ha desarrollado un presupuesto que cubra con las necesidades de cada artista y de cada persona que de alguna u otra manera ha aportado para la consecución del mismo. Aquí se tomarán en cuenta los puntos analizados en el primer capítulo en el presupuesto anual de gestión de forma que se pueda combinar la parte teórica con la práctica. Este presupuesto se realizó en base



a cotizaciones con las principales operadoras de la ciudad. Además este presupuesto es en base al costo de una velada por noche en la casa-museo “María Astudillo Montesinos”

Tabla 2: Presupuesto de una velada por noche

Descripción	Valor unitario	Valor total
Honorario de Músicos (1-5)	\$50,00	\$250,00
Honorario de Actores (1-5)	\$50,00	\$250,00
Mantenimiento de la casa-museo	\$20,00	\$20,00
Vestuario		\$50,00
Ingreso para el museo	\$100,00	\$100,00
Flyers y publicidad	\$1,00	\$30,00
TOTAL		\$700,00

Fuente: Elaboración propia

A partir de este presupuesto se puede observar que el costo promedio por presentación es de \$700.00, el cual se estimará en valor unitario para los turistas de la siguiente manera:

Tabla 3: Costo de la velada por cantidad de pax

Cantidad por pax	Valor unitario	Comisión de operadoras por pax	Valor total unitario
15	\$50.00	\$5.00	\$55.00
20	\$40.00	\$5.00	\$45.00
25	\$35.00	\$5.00	\$40.00
30	\$30.00	\$5.00	\$35.00

Fuente: Elaboración propia



Como se puede observar el costo por pax para asistir a la velada depende de la cantidad de personas que acudan al evento. El valor unitario independientemente de la comisión de las operadoras genera un índice de ganancia por velada y que posteriormente será utilizado un 20% del porcentaje como imprevisto para las funciones venideras. Así se detalla el índice de ganancias de la siguiente manera:

Cantidad de pax	Valor cancelado	Total de ingresos	Costo de la función por noche	Índice de ganancia	Rubro para imprevistos
15	\$50.00	\$750.00	\$700.00	\$50.00	\$10.00
20	\$40.00	\$800.00	\$700.00	\$100.00	\$20.00
25	\$35.00	\$875.00	\$700.00	\$175.00	\$35.00
30	\$30.00	\$900.00	\$700.00	\$200.00	\$40.00

Por otro lado tenemos la parte inclusiva, la que trabajará con la instituciones educativas y que serán programas que se realizarán entre semana en un horario escolar en el cual se llevarán diversas actividades de manera que se pueda acrecentar la dinamización de la casa-museo y la comunidad pueda ser partícipe de aquello, sobretodo de los más pequeños. Este presupuesto está estimado en base al anual de gestión.

Tabla 4: Presupuesto anual de gestión

Actividades	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Administrativas			
Administradora	1	\$200.00	\$2.400,00
Director del proyecto	1	\$200.00	\$2.400,00
Operativa			
Músicos	5	\$50.00	\$3.250,00
Actores	5	\$50.00	\$3.250,00



Mantenimiento			
Afinación del piano	1	\$100.00	\$100,00
Limpieza local	1	\$20.00	\$240,00
Promoción			
Programas de mano	40	\$0.50	\$460,00
Prensa		\$10.00	\$120,00
TOTAL			\$12.220,00

Fuente: Elaboración propia

2.2.3 Cronograma

El cronograma de actividades está contemplado en base a las veladas que se realizarán en el periodo de seis meses, las cuales serán tomadas en cuenta de acuerdo a la demanda que exista de las mismas por parte de las operadoras con las que se trabajará. Asimismo se prevé que cada 3 meses la realización de estas veladas se presente para el público en general.

Como parte de conocer el interés por esta propuesta, la primera semana de mayo se llevó a cabo la reunión de músicos y actores en escena, con el apoyo de otro grupo focal, permitiendo tener un concepto claro de lo que la gente busca en estas veladas, posteriormente se realizaron los primeros ensayos y recopilación de partituras para el reestreno. Finalmente a través de los primeros seis meses de gestión se propondrá la publicación en redes sociales del evento y una entrevista en la radio para informar acerca del evento. En el anexo 8 se podrá encontrar el cronograma establecido.



Capítulo 3: Desarrollar estrategias de promoción para las veladas artístico-culturales en la Casa Museo María Astudillo Montesinos.

3.1 Gestión

La gestión es un proceso fundamental al momento de conseguir un fin. Es por eso que en este punto se detallará con claridad el enfoque del mismo y todos los pasos que se seguirán para lograr posicionar las veladas artístico-culturales en la ciudad de Cuenca.

En la actualidad las empresas públicas y privadas apuestan cada vez en mayor proporción mediante la planificación estratégica el lanzamiento de proyectos innovadores que satisfagan la necesidad de quien lo plantea. En el presente siglo y gracias a los cambios que se pueden percibir en la sociedad, sobretodo tecnológico, el mundo está rodeado en un ámbito de cambio, de nuevas esperanzas y de posibilidades que permitan conseguir los objetivos planteados desde un inicio. Estos cambios cada vez son más acelerados porque la mayoría de costumbres, tradiciones, hábitos de consumo y exigencia de calidad son parte fundamental de los derechos del consumidor el cual sugiere cada vez que existan nuevos mecanismos y maneras de satisfacer al cliente.

La situación de desempleo en el país obliga al lanzamiento de nuevas ideas que ayuden a rediseñar nuevas formas de abordar la contratación de mano de obra (Miranda, 2002).

En el concierto piloto que se realizó el 9 de febrero del presente año, se pudo contar con el apoyo de la Casa de la Cultura Núcleo del Azuay, mediante la publicidad y su participación directa dentro del evento se tomó en cuenta a la empresa pública para el apoyo institucional por medio de la publicidad a través de las redes sociales e invitándolos cordialmente para que puedan percibir de cerca el desarrollo del proyecto en cuestión. El concierto fue un éxito recibiendo buenos deseos y augurios por parte de los principales directivos de la Casa de la Cultura y de todos los invitados que fueron parte de la velada en esa noche.

A través de una reunión mantenida con la directora del museo y el presidente de la Casa de la Cultura Núcleo del Azuay se dio a conocer que la idea de realizar estas veladas era portentoso tanto para los turistas extranjeros como para la ciudadanía en general, pero



también se indicó que en el caso del presupuesto necesario para que estas veladas se lleven con frecuencia y normalidad se debe revisar el recorte presupuestario que había tenido la institución para el presente año. Sin embargo afirmó que se buscará la manera de ayudar para que las mismas se puedan brindar en reiteradas ocasiones a la ciudadanía y mediante la mediación a través de instituciones.

Además el proyecto, contempla entablar conversaciones con otras entidades, tales como: Dirección Municipal de Cultura, Ministerio de Cultura y Patrimonio y el Ministerio de Turismo con el fin de que se pueda dar a conocer el proyecto y estas instituciones ayuden mediante la promoción y la firma de convenios para poder trabajar en conjunto. Sumado a esto se tendrá un conversatorio con las empresas privadas, como hoteles y restaurantes cercanos a la casa-museo y se espera llegar a acuerdos para promocionar y difundir este proyecto.

Luego que se efectuó el concierto piloto se procedió a realizar un análisis acerca del manejo de las operadoras en la ciudad de Cuenca, se tomó en cuenta a aquellas porque realizan turismo receptivo, además se tuvo la oportunidad de tener un acercamiento directo con la agencia de viajes “Concierge Travel” los cuales, luego de conocer el proyecto pudieron llegar a la conclusión de que el mismo debe contar con el apoyo de algunas de las operadoras de la ciudad, las mismas que pueden ser:

- Expediciones Apullacta
- Terradiversa
- Hualambari Tours
- Southland Touring
- Metropolitang Touring
- Concierge Travel

Las cuatro primeras mantienen un convenio de operación que brindan paquetes a los turistas brindándoles una experiencia única a través de la calidad de su servicio y las otras operadoras manejan de igual forma grupos, que les puede interesar la propuesta.

Partiendo del análisis del mercado objetivo, el proceso de gestión y los pasos a seguir



para el posicionamiento de las veladas en la ciudad, consisten en:

Conversar con las principales operadoras de la ciudad para entregarles el detalle de la propuesta y llegar a un acuerdo de costos, manejo de la logística de los eventos, así como la invitación a un Fam Trip para que analicen el producto que están adquiriendo.

Se prevé contar con una página web para la publicidad de las veladas, para ello se contratará un diseñador gráfico que se encargue de diseñar prototipos para los flyers o programas de mano, como el público objetivo al que se dirige el evento es mayor a los 35 años se pretende publicar una nota en el periódico cada 3 meses sobre las veladas y con un cupo de reservaciones que se las podrán realizar a un número específico.

3.2 Estrategias de marketing

El marketing es un sistema integrado de actividades especializadas de la administración de negocios cuya finalidad constituye identificar y satisfacer las necesidades del consumidor y alcanzar la meta corporativa de la rentabilidad. El marketing además es la ciencia que coadyuva a alcanzar los objetivos organizacionales de satisfacer las necesidades del consumidor y así poder incrementar las transacciones comerciales (Thompson, 2009).

Según Kotler el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes (Kotler, 2006).

Dentro del programa de marketing que se planteará para las veladas artísticas es de vital importancia realizar una segmentación de mercado. En este caso específico el programa de las veladas artístico-culturales serán enfocadas para los turistas que visiten la ciudad de Cuenca que hayan comprado el paquete a través de una operadora ya sea directamente o mediante un tour. Asimismo se pretende que este evento sea enfocado para las personas jubiladas extranjeras que radican en la ciudad y que sin duda disfrutarán mucho de este maravilloso espectáculo. Por otro lado se espera que también pueda asistir a las veladas la gente local pero únicamente mediante convocatoria a la ciudadanía cada 3 meses con el fin de estrenar obras y armar nuevas escenografías.



Dentro de los beneficios que tiene la segmentación del mercado es la eficacia al momento de competir ya que los recursos se van concentrando en uno o pocos segmentos de mercado para así llegar al objetivo del mercado meta.

Aquí se deben tomar en cuenta los factores psicológicos del consumidor para conocer a ciencia cierta cuáles son las necesidades del mismo y que lo incita a consumir nuestro producto. Entre ellas se encuentran:

- Motivación: Esta es una necesidad totalmente estimulada para conseguir que el consumidor encuentre satisfacción. Por eso es importante lograr que al público objetivo al que no estemos dirigiendo se encuentre completamente convencido y motivado en adquirir nuestro producto.
- Percepción: Es el proceso de recibir, organizar y dar significado a los estímulos detectados por nuestros cinco sentidos.

Por otra parte resulta fundamental saber qué necesita el cliente. Las técnicas más utilizadas son:

- Revisión de quejas y sugerencias
- Encuesta a empleados
- Encuestas de satisfacción
- Entrevistas a grupos de cliente

En el caso de las veladas se realizarán todas estas técnicas de alguna manera al finalizar cada función para que para los próximos eventos la calidad del espectáculo pueda mejorar y los posteriores asistentes disfruten de una velada cada vez más enriquecedora. Otro de los puntos a mencionar es la importancia de la psicología del color en los flyers, pagina web o en las redes sociales que se pueda conocer acerca del evento ya que esta psicología nos ayuda a tomar decisiones muchas veces sin que nos demos cuenta y cada color influye en aquellos que se quiere vender o mostrar (Forero, 1978).

Dentro de la metodología para el análisis del mercado se elaboró un grupo focal que se define como *“la reunión de un grupo de individuos seleccionados por los investigadores*



para discutir y elaborar, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de investigación” (Korman, 2015, p. 2).

Como se puede observar este método es necesario para conocer acerca de diferentes opiniones y percepciones de la gente con respecto a estas veladas artísticas que son nuevas en la ciudad y que requieren de un estudio previo para poder posicionarlas de acuerdo a los factores a los que se ven rodeadas personas de diferentes edades. Es muy importante que la temática sea clara y se la defina antes de empezar para que cada participante pueda tener claro el tema del que se va a tratar y que se pueda sacar lo mejor de sí de cada uno. Por otro lado es necesario que cada participante tenga una experiencia específica en la opinión sobre la temática para que se pueda debatir razonablemente. El número de integrantes que debe poseer el grupo focal oscila entre las 6 a 12 personas.

El grupo focal en cuestión tuvo lugar el día 9 de Mayo del 2019 en la casa-museo “María Astudillo Montesinos” en el que se logró reunir a una familia holandesa que estaba de visita por la ciudad de Cuenca en esos días. Ellos realizaron su viaje con la agencia de viajes “Metropolitan Touring”. El número de integrantes fue de 6, para ello se los retiró del hotel en el que se hospedaban y se les trasladó a la casa-museo para ofrecerles la guianza en el espacio, posteriormente se les ofreció una copa de vino y bocaditos e inmediatamente inicio el estudio.

El grupo se encontraba muy contento de poder participar de este conversatorio puesto que para ellos las características arquitectónicas de la casa-museo eran totalmente diferentes a las de su cultura, disfrutaron mucho de conocer el lugar y al realizarles algunas preguntas se obtuvieron los siguientes resultados:

De acuerdo a la percepción de los turistas acerca de la casa museo fue muy similar, estos afirmaban que era sorprendente el hecho de que el afrancesamiento en la ciudad dejó muchas semejanzas con respecto a la cultura. En lo que concierne al tipo de formato musical que disfrutarían en las veladas nocturnas propuestas afirmaron que para ellos es fundamental conocer acerca del lugar donde se encuentran por lo que les atrajo en mayor medida cuando durante el grupo focal se interpretó en el piano la Chola Cuencana que



para ellos tenía un carácter alegre y jocoso a diferencia de un Vals de Chopin que emanaba nostalgia y tristeza. Por lo que pudieron manifestar que el formato musical predilecto debe ser con el reestreno de obras cuencanas y acompañados de una mayor cantidad de músicos en escena. La voz humana les cautiva en mayor proporción. En cuanto a la importancia de la realización de estas veladas en la ciudad, los turistas aseveraron que la ciudad de Cuenca tendrá un plus adicional con otros destinos nacionales al promocionar eventos de tal magnitud, haciendo hincapié en que si la difusión es la correcta y necesaria, estas veladas tendrán gran éxito y que ellos estarían dispuestos a adquirir el producto.

Una de las preguntas que llamó la atención por la respuesta de los participantes fue que no consideraban necesario agregar la actuación personificada de los personajes durante el desenvolvimiento de las veladas por lo que el tiempo del evento se prolongaría demasiado y se tornaría aburrido. Además atestiguaron que la guianza durante el espectáculo es totalmente necesaria para estas personas porque ensalzan el lugar en el que están visitando y tienen un panorama claro de dónde se encuentran y de la velada que se propondrá a continuación. También se dio a conocer que para los turistas la cena debe ser antes del evento para poder disfrutar de los espectáculos saciados y listos para el acto. Por otra parte se manifestó que en ningún concepto el público debe asistir con ropa formal al evento ya que sería incómodo y al momento de asistir, otros deben ser los factores por los que deben preocuparse.

Sin embargo otro de los puntos que llamó la atención fue que para este grupo los recitales de este tipo no son tan comunes donde viven o donde suelen viajar por la falta de conocimiento de los mismos. Tomando en cuenta que este rol juega un papel fundamental el momento de escoger a que lugares asistir. Finalmente se les pidió a cada visitante que se manifieste algún aspecto que crean que se deba implementar para el correcto desenvolvimiento de las veladas al cual contestaron que por el momento no se debe incluir nada. Lo que ellos piensan es que se debe comenzar a probar con este formato y ver que necesidades se van presentando en el camino para en ese momento cambiar ciertas actividades, agregarlas o quitarlas. Ver el anexo 5 con todas las preguntas planteadas en el grupo focal.



Además en el anexo 6 se podrán observar las imágenes que fueron tomadas el día del grupo focal.

Como se puede observar el grupo focal influyó mucho en el estudio por el hecho de que permite comprender las necesidades actuales del proyecto, pero sobre todo las fortalezas del mismo, permitiendo ver que el proyecto ejecutado debidamente obtendrá buenos resultados. Por otro lado resulta penoso que a pesar de que este grupo de holandeses conocen mucho de varias culturas, el arte aún sigue formando parte de una corriente elitista que no se difunde sino se queda en un pequeño círculo de gente afín a la rama de conocimiento.

El análisis del mercado tiene como objetivo demostrar la viabilidad del proyecto planteado, para ello es necesario plantear algunas variables que permitirán entender la división de segmentos en subgrupos llamados nichos. En este punto se definirán las motivaciones y comportamientos de los clientes, así como calcular la demanda potencial y las ventas.

Para este apartado se utilizarán los siguientes criterios:

- Geográfico: La división del mercado de acuerdo a la ubicación geográfica de los clientes ya sea mediante calles, barrios, zonas, regiones, continentes, etc.
- Demográfico: División del mercado por las características demográficas del consumidor, por ejemplo: edad, sexo, estado civil, número de hijos, etc.
- Socioeconómico: División del mercado de acuerdo a los factores socioeconómicos del cliente, por ejemplo: clase social, nivel de estudios, poder adquisitivo, etc.
- Pictográfico: División del mercado de acuerdo a las características pictográficas de los clientes, por ejemplo: comportamiento, hábitos, estilo de vida, etc.



Público objetivo

Las necesidades del cliente serán esenciales conocer a cabalidad para tener claro que les motiva al consumo de un producto específico. Además resulta esencial responder a los tipos de consumidores que vamos a tener para el producto o experiencia que se está ofreciendo. Aquí se debe tener especial cuidado en el hecho de que no todos los consumidores son iguales y no responden de la misma manera unos de otros. Por ejemplo existen consumidores que toman iniciativa a probar nuevos productos pero con cierta precaución, existen los escépticos que no se dejan convencer por cualquier cosa hasta que la gran mayoría lo haya probado y también hay los reacios al cambio, los que adoptan una actitud tradicionalista y conservadora.

La motivación de compra del cliente resulta importante por la afectación al perfil de los mismos que va desde la moda, ostentación, seguridad, comodidad, atractivo de las cosas. En el caso puntual del proyecto planteado la motivación viene dada por la ostentación de los grupos selectos de la ciudad por asistir a un evento de características culturales que le permitan recrear a sus antepasados a través de la escenografía y conciertos que ofrece las veladas artísticas en la casa-museo “María Astudillo Montesinos”.

Para realizar la investigación de mercado hay que enfocarse en los siguientes puntos:

Segmentación:

- a. Mercado total: Para elegir el mercado total el estudio se ha basado en los siguientes grupos: La cantidad de turistas extranjeros que han llegado a la ciudad de Cuenca en los últimos años según los datos del Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca y la cantidad de jubilados extranjeros radicados en la ciudad que según el Censo del 2010 llegan a 9727 jubilados extranjeros.

Mercado objetivo: También denominado mercado meta, es aquel al que se dirige el producto en su totalidad para aquellos clientes que se requiere que se conviertan en consumidores reales del producto.



- b. Segmentación: Para la segmentación se ha puesto énfasis en el mercado total. En esta ocasión se ha tomado en cuenta solo dos tipos de segmentación, Geográfica y Demográfica, puesto que son las necesarias para el planteamiento del estudio.

Tabla 5: Tipos de segmentación

Segmentación	Descripción
Geográfica	El segmento de mercado pertenece a los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Cuenca y a los extranjeros jubilados que radican en la misma.
Demográfica	Edad: 40-75 años Género: Masculino y Femenino Ocupación: Jubilados y turistas de alto poder adquisitivo Escolaridad: Superior Nacionalidad: Extranjera

Fuente: Elaboración propia

3.3 Redes Sociales

La importancia de las redes sociales en nuestros días es uno de los puntos básicos a tratar al momento de dirigirse a los turistas por el enlace que tienen con las mismas. El hecho de la facilidad para realizar las cosas que nos permiten las redes sociales nos hacen estar pendientes de ellas en todo momento así que una buena parte de nuestra vida ha sido trasladada a la web.

Incluso la forma de comunicación que existe entre los jóvenes y para quienes trabajan en horas de oficina este medio les ha permitido cumplir con su trabajo de manera más eficaz y sobresaliente. Además el acceso a la información con la que contamos hoy en día gracias al internet nos permite estar informados de cada detalle de nuestra vida



cotidiana, ya sea a través de las conversaciones con amigos y familiares cercanos como la relevancia de las noticias más importantes a nivel mundial.

La industria del turismo por otra parte intenta apoderarse de las redes sociales de manera que pueda ofrecer su producto y llegar a los consumidores de manera directa. Con esto se quiere decir que la realidad digital y conectada avanza de forma imparable y que el Turismo debe aprovechar el ingreso de nuevas plataformas para vender sus productos adaptándose a las nuevas tecnologías. Un ejemplo claro es la elección de viajes que se hacen en la actualidad, ahora las personas si desean pueden ver su mejor opción a través de internet y no como en años anteriores que debían acudir necesariamente a la agencia de viajes para adquirir el paquete de su preferencia. Esto lleva al planteamiento de las redes sociales en el presente proyecto. Como se pudo analizar en el subcapítulo anterior el target al que se está manejando el producto que se oferta, es a los turistas que visitan la ciudad por un determinado tiempo de pernoctación y que en un periodo corto de tiempo visitan los principales atractivos de la ciudad. Por lo que se cree pertinente que a través de las principales redes sociales los turistas antes de realizar su viaje a Cuenca tengan conocimiento del evento que se lleva a cabo en las noches en la ciudad y que lo puedan adquirir mediante las operadoras antes mencionadas o directamente.

Facebook, Instagram son dos de las principales redes sociales donde los clientes obtienen información y donde pueden comprobar la efectividad del producto a través de los comentarios de las personas que ya han adquirido previamente el producto.

Trip Advisor al igual que las mencionadas anteriormente es una plataforma de suma importancia en la que día a día turistas de todo el mundo pueden observar los diferentes eventos que oferta cada país, por ello es necesario poder acceder a la plataforma para que el evento en cuestión pueda ser parte de esta y que los clientes puedan adquirir sus entradas mediante la misma. Aquí será importante investigar los requisitos para poder acceder a la plataforma con el evento que se ha planteado en el presente proyecto.

3.4 Plan de medios publicitarios

Los medios publicitarios ayudan al desarrollo de los eventos, ya sea para posicionarlos o para poderlos publicitar. En este caso, es esencial utilizar ciertos medios que puedan



llegar al mercado al que se está aplicando.

El periódico es un medio de comunicación vital para poder llegar a un público extranjero de jubilados que radican en la ciudad, ya que a pesar de que ellos tengan acceso a redes sociales, el diario forma parte de su vida desde hace mucho tiempo y les llama la atención de sobremanera un evento ubicado en la prensa. Asimismo el periódico tiene un alcance de llegada a las personas locales mayores de 35 años y una vez que se realice la publicación en los diarios de la ciudad el público local interesado también podrá reservar en caso de que desee asistir a las veladas. En el proyecto piloto ya se realizó una publicación en el diario El Mercurio, el cual tuvo muy buena acogida y llevó a algunas personas a llamar para poder reservar un cupo para las veladas que se llevó a cabo el pasado mes de febrero.

También será esencial recurrir a la radio, por lo que es un medio de comunicación que permite informar al oyente de una manera clara y concisa. En este caso se pretende informar a la ciudadanía en general mediante Ondas Azuayas que es una emisora con muchos años de trayectoria. La idea radica en que se pueda conseguir una entrevista en la radio para contar a la gente el proyecto que se está realizando y los beneficios de posicionar un evento de tal magnitud en la ciudad, así como de invitarlos para que nos acompañen a cada velada que se organice para la gente local.

Este medio también es muy utilizado por los jubilados extranjeros que radican en Cuenca.



CONCLUSIONES

Mediante el presente trabajo de intervención se pudo analizar los procedimientos que se pueden desarrollar para la implementación de las veladas artístico- culturales en la casa-museo “María Astudillo Montesinos” en la ciudad de Cuenca, en el que se pudo manifestar que si bien existe el apoyo de los entes culturales y del sector turístico, el presupuesto necesario para el desarrollo de las mismas sigue siendo muy escaso por el poco o casi nulo apoyo que existe del gobierno que es aquel que destina los recursos económicos para la empresa pública.

Sin embargo la mejor manera de trabajar mediante el proyecto, es el emprendimiento a través de las operadoras, que a su vez darán a conocer el producto a los turistas, e inmiscuyendo al público en general, que mediante un aporte económico podrá disfrutar de estas veladas que brindarán el acercamiento necesario para conocer sus raíces y costumbres. La metodología planteada para la investigación fue muy acertada ya que en el proyecto piloto se pudo observar que muchas de las personas que asistieron aquella noche se maravillaban por observar un espectáculo de primera, pero que para ellos era muy importante que el evento no tuviera una duración mayor a 2 horas porque la velada se podía volver un tanto monótona. Además se expuso la importancia de ser guiados por la casa-museo antes del espectáculo.

En el grupo focal que se realizó días después se concluyó que se debía asistir con ropa cómoda, y que la alimentación era un plus adicional mientras disfrutaban de la velada. En la actualidad se encuentran inventariando las obras encontradas en la casa-museo con el fin de que puedan ser reestrenadas en las futuras veladas y que no se pierda el valor musical de las obras que en algún momento fueron olvidadas.



RECOMENDACIONES

Después de haber realizado el estudio es vital nombrar algunas recomendaciones para el correcto desenvolvimiento del proyecto planteado:

1. Se deberían generar espacios donde se puedan exponer este tipo de proyectos mediante un conversatorio con las autoridades culturales y turísticas con el fin de que se pueda tener un mayor acercamiento con el mismo.
2. Debería existir mayor apertura a los emprendimientos culturales en la ciudad, sin el detenimiento de los trámites burocráticos que se exigen en la actualidad.
3. Los eventos culturales deben ser mayormente difundidos, no solo en plataformas virtuales y con gente entendida de la materia, tiene que ser enfocado en un público en general.



BIBLIOGRAFÍA

Alvarado, J. (2017). *Danzas y Generos Musicales de salon de Cuenca 1870-1930.*

Entre los sagrado y lo profano. Cuenca: Don Bosco.

Alonso, C. (2003). *Los salones: Un espacio musical para la Espana del XIX.*

Murcia: Copyright.

De Gregorio, A. (2012). *Introduccion a la Gestion Estrategica. Turismo Cultural.*

Barcelona: Asociacion catalana d Atencio Precoc.

Delgado, J. C., & Astudillo, L. (2012). *Investigación de la Casa ubicada en la intersección de la calle Bolivar y Hemano Miguel del Archivo Nacional de Historia de la Casa de la Cultura Ecuatoriana Benjamin Carrion.* Cuenca.

EcuRed. (2015). Recuperado el 28 de Enero de 2019, de EcuRed:
https://www.ecured.cu/M%C3%BAsica_de_c%C3%A1mara

El Mercurio. (25 de Enero de 2019). 155 museos en Directorio de Red Nacional. *El Mercurio*, pág. 7.

Forero, J. (1978). La Psicología del Consumidor. *Revista Latinoamericana de Psicología.*

Ganau, J. (2009). *Ciudades creativas y metropolis culturales. Un analisis comparativo entre Barcelona, Philadelphia y Montreal.* Lleida: Universitat de Lleida.

ICOM. (2007). *Estatutos de la ICOM.* Viena. Recuperado de
<https://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

Korman, A. (2015). *Los grupos focales.* Recuperado de
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/magadan_p_ge/capitulo5.pdf



- Kotler, P. (2006). *Definicion de Marketing*. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/magadan_p_ge/capitulo5.pdf
- Martinez, A. (29 de Noviembre de 2015). La gran Fiesta de Lira, breve historia de inicios del siglo xx. *El Telegrafo*.
- Miranda, J. J. (2002). *Gestion de proyectos*. Academia.edu.
- Morere, N., y Perello, S. (2013). *Turismo Cultural, patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid: Creative commons.
- Perez Mateo, S. (2009). *Las casas museo como salvaguarda del patrimonio inmaterial: el mobiliario como exponente de una cultura ya desaparecida*. Murcia.
- RAE. (2018). *Diccionario de la lengua española*. Madrid, España.
- Santana, A. (2003). *Turismo cultural, culturas turísticas*. Madrid: Horizontes antropologicos.
- Serrano, A. L., Freire, S., Sanmartin, I., & Espinoza, F. (2018). *Boletin de indicadores turisticos del canton Cuenca*. Cuenca: Departamento de investigacion Facultad de Ciencias de la Hospitalidad.
- Thompson, I. (Diciembre de 2009). *MarketingIntensivo.com*. Recuperado el 26 de Abril de 2019, de <http://www.marketingintensivo.com/articulos-marketing/que-es-marketing.html>
- Tourism Switzerland. (2016). *My Switzerland*. Recuperado el 22 de Marzo de 2019, de My Switzerland: <https://old.myswitzerland.com/es/ride-the-alps-stage2.html>



Universidad de Cuenca

UNESCO. (2004). *Creative cities network*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2018,
de Creative cities network: <https://es.unesco.org/creative-cities/content/ciudades-creativas>



Universidad de Cuenca

ANEXO 1: DISEÑO DE TESIS



ANEXO 2: BOLETIN DE PRENSA

VELADA MUSICAL EN LA CASA MUSEO “MARIA ASTUDILLO MONTESINOS”

El día sábado 9 de febrero de 2019, se llevó a cabo una Velada Artística Musical en el salón de la Casa Museo “María Astudillo Montesinos”.

Fue un evento con la participación de los artistas cuencanos el pianista, Johnny Bravo; el violinista, Santiago Arévalo; las sopranos Gabriela Méndez y Belén Campoverde y el barítono David Pena.

Esta velada fue un ensayo de la propuesta de Tesis del pianista Johnny Bravo, quien desea ofrecer al sector turístico empresarial, eventos de calidad como esta hermosa velada musical, para que los turistas que visitan la ciudad y los cuencanos, puedan disfrutar, a través de las ofertas de las agencias de viajes y operadores turísticos nuevas alternativas de distracción en la ciudad.

Con este tipo de eventos se pretende manifestar por parte de los organizadores una actitud de servicio a la comunidad para que los visitantes conozcan y valoren el patrimonio cultural edificado de la ciudad, difundir el talento cuencano por medio de un concierto musical y brindar a los visitantes eventos de calidad.

Se espera el apoyo de las agencias y empresas de turismo e instituciones culturales de la ciudad para que se motiven a valorar, promover y difundir estos eventos culturales.



ANEXO 3: ENTREVISTA LOURDES ABAD

ENTREVISTADOR: Johnny Bravo

1. ¿Qué piensa acerca del desarrollo cultural de la ciudad?

Ninguna cultura es inamovible, cada una tiene su propia dinámica, y se encuentran en constante mutación. Una vez declarada Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1999 la ciudad se desarrolló culturalmente. El desarrollo cultural de la ciudad aún tiene mucho por crecer pero con un poco de colaboración de actores y gestores culturales, el sueño se hará posible.

2. ¿Considera que las actividades culturales que se presentan en la ciudad en la actualidad son suficientes para el desarrollo de la misma?

No son suficientes, de hecho se debería dar un mayor apoyo al teatro, no solo a la comedia. Las actividades culturales deben dejar su papel elitista para convertirse en algo para el pueblo. Los talleres inclusivos en los niños desde temprana edad es la mejor manera para educar a una sociedad que va perdiendo estos valores.

3. ¿Cuál es su percepción acerca del papel de los museos en el área cultural?

Los museos de la ciudad en la actualidad no cuentan con el apoyo necesario para desenvolverse como tal, el Museo de las Conceptas y Agustín Landívar están a punto de cerrar por falta de presupuesto y porque las actividades resultan inconexas para inmiscuir a la gente en las exposiciones itinerantes que brindan las mismas.



ANEXO 4: PUBLICACION EN EL MERCURIO DEL PROYECTO PILOTO EN LA CASA-MUSEO “MARIA ASTUDILLO MONTESINOS”





ANEXO 5: PREGUNTAS REALIZADAS EN EL GRUPO FOCAL

Se puede dividir en dos sesiones si es factible y no causa inconvenientes.

Antes del recital

Breve presentación ¿cuáles son sus “nombres”?

¿De qué país provienen?

¿Son todos familiares?

¿Tienen más hijos o hermanos?

¿Les gusta la música?

¿Han acudido a un concierto de música de la época colonial?

¿Qué es lo que más les llama la atención en estos conciertos?

¿Qué es lo que no les gusta al momento de acudir a un recital?

¿Cuánto duran aproximadamente?

Después del recital

¿De quién van acompañados generalmente a un evento como estos?

¿Cómo eligen a qué lugar de distracción nocturno irán, o qué recital?

¿Qué es lo que les atrajo para tomar la decisión de venir?

¿Qué es lo que más le atrae de este evento una vez que ya lo han disfrutado?

1. ¿Qué percepción tiene usted acerca de la arquitectura de la casa-museo?

2. ¿Qué tipo de formato musical le gustaría disfrutar en las veladas nocturnas propuestas?



3. ¿Considera importante la realización de las veladas en la ciudad?
4. ¿Cree Ud. necesario incluir la actuación en este evento?
5. ¿Considera necesaria la guianza en la casa-museo antes del espectáculo?
¿Creen que es bueno servir aperitivos, o qué tipo de comida?
6. En el tema de la alimentación, ¿Cree que se deba servir bocadillos de la época en el intermedio?
7. ¿Considera necesario ofrecer un paquete de cena antes del evento en el Café Austria?
8. ¿Qué tipo de música disfrutaría en estas veladas?
9. A más de los artistas y actores, ¿Cree que el público debe asistir con traje formal a las veladas?
10. Algún aspecto que considere se deba implementar para el correcto desenvolvimiento de las veladas
¿Cada cuánto tiempo van a un recital?
¿Es común los recitales en donde viven o a los lugares que viajan?
¿Qué ideas tienen para incluir en algo como este proyecto? Todo está permitido, por favor es muy útil su participación.
¿Recomendaría este evento?

Muchas gracias por su gran aporte. Nos será de mucha utilidad.

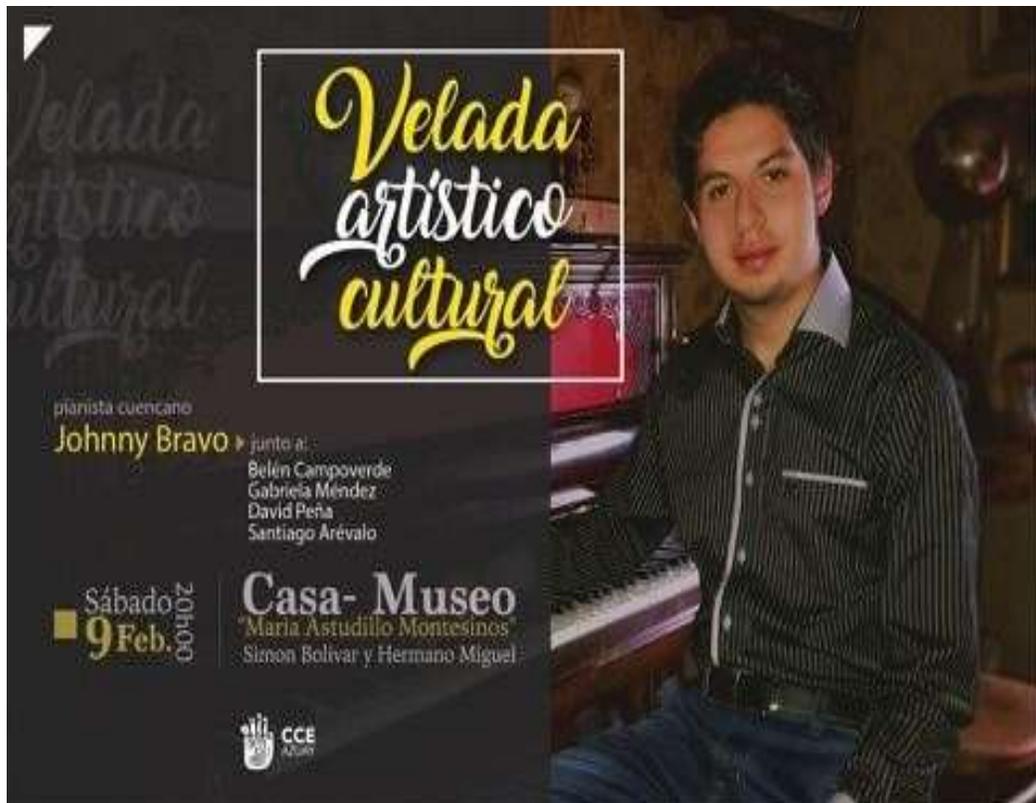


ANEXO 6: IMÁGENES DEL GRUPO FOCAL





ANEXO 7: AFICHE PROMOCIONAL DEL PROYECTO PILOTO





ANEXO 8: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Reunión de músicos y actores en escena	X																							
Primer ensayo		X																						
Función mensual para el público cuencano				X				X				X				X				X				X
Recopilación de partituras para reestreno		X				X				X				X				X				X		
Ensayos generales			X				X				X				X				X				X	
Entrevista en la radio		X																						
Publicación en redes sociales			X				X				X				X				X				X	
Grupo focal	X																							