



**EVALUACIÓN DE PRESUPUESTOS, FINANCIAMIENTO Y
COORDINACIÓN DE AUSPICIOS PARA LA MUESTRA DE
“TRÁNSITO 82-16” EN DPM GALLERY EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL PARA EL PROYECTO GYEARTE 2016**

GYEARTE 2016

Autor:

María Solange Del Pozo Lamilla

Guía:

Andrés Sosa

Asesor:

Pilar Estrada

Periodo:

Noviembre 2016

RESUMEN

GYEARTE es un Proyecto de Aplicación Profesional, cuyo objetivo desde su primera edición (2015) ha sido el de generar un espacio digital que exponga la historia del arte contemporáneo de la ciudad de Guayaquil al público en general. Para ello, crearon un sitio web que recopiló el perfil de varios artistas y otros actores culturales. En esta segunda edición (2016) se han implementado dos acciones simultáneas, las cuales fueron: la creación de un entorno digital con las bases del sitio web de la primera edición más el aditamento de una línea de tiempo a la misma; y una muestra colectiva de arte contemporáneo.

Este documento detalla la evaluación realizada con respecto al procedimiento para la obtención de fondos para la muestra de arte colectiva “Tránsito 82-16”, llevada a cabo en Galería DPM como una de las exposiciones de arte que ha reunido a sesenta y dos artistas de la ciudad de Guayaquil, propuesta llevada a cabo por los miembros de la segunda edición GYEARTE, compuesta por estudiantes egresados de la Universidad Casa Grande.

Esta muestra también forma parte del relanzamiento del entorno digital www.gyearte.ec que recopila la historia del arte contemporáneo de la ciudad a partir de la década de los ochenta, con el nacimiento del colectivo La Artefactoría, hasta finales de los noventa, en un formato *transmedia* que esté disponible al alcance del público en general.

Palabras Clave:

Arte, Arte Contemporáneo, Auspicio, Evaluación, Financiamiento, Gastos, Ingresos, Muestra de Arte, Presupuesto.

ABSTRACT

GYEARTE is a Professional Application Project (PAP) whose objective since its first edition (2015) has been to generate a digital space that exposes the history of contemporary art of the city of Guayaquil to the general public. To do this, they created a website that compiled the profile of various artists and other cultural actors. In this second edition (2016) two simultaneous actions have been implemented, which were: the creation of a digital environment with the bases of the website of the first edition plus the addition of a timeline to it; And a collective exhibition of contemporary art.

This document details the evaluation carried out regarding the procedure for obtaining funds for the collective art exhibition "Tránsito 82-16", carried out in DPM Gallery as one of the art exhibitions that has gathered sixty-two artists from the city of Guayaquil, proposed by the members of the second edition of the project GYEARTE professional application of the Casa Grande University.

This exhibition is also part of the relaunch of the digital environment www.gyearte.ec which compiles the history of contemporary art of the city from the 1980s, with the birth of the group Artefactoría, until the late nineties. A format that is available to the general public.

Key words:

Art, Contemporary Art, Auspices, Evaluation, Financing, Expenses, Income,
Art Show, Budget.

ÍNDICE

ÍNDICE	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
RESUMEN DEL PROYECTO GRUPAL	6
INTRODUCCIÓN.....	6
DETALLES DE PROYECTO	11
Lineamientos generales del proyecto	11
Actores involucrados en la ejecución	12
OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN	14
Problema	14
Objetivo general	14
Objetivos específicos.....	14
OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DE PROYECTO	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos.....	15
CRONOGRAMA DE TRABAJO	16
PRESUPUESTO.....	17
AUSPICIOS	19
RESULTADOS DEL PROYECTO.....	19
CONCLUSIONES ESTRATÉGICAS.....	21
EVALUACIÓN INDIVIDUAL	23
DISEÑO Y PARÁMETROS DE LA EVALUACIÓN	23
Objetivo General	23
Objetivos Específicos	23
Tipo y enfoque del estudio	24
Muestra.....	24
Herramientas utilizadas	25
Herramientas utilizadas	25
RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN	26
Presupuesto:	26
Parámetros para los planes de auspicios.....	27
Satisfacción de los auspiciantes por exposición de marca en el evento	28
CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN Y RECOMENDACIONES	29
REFLEXIÓN PERSONAL.....	31
BIBLIOGRAFÍA	33
ANEXOS	38

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA GYEARTE 2016	16
TABLA 2: PRESUPUESTO DE GYEARTE 2016.....	17
TABLA 3: AUSPICIANTES DE GYEARTE 2016.....	19
TABLA 4: MUESTRA DE AUSPICIANTES Y PROFESIONALES EN MARKETING Y R.R.P.P.....	25

RESUMEN DEL PROYECTO GRUPAL

INTRODUCCIÓN

GYEARTE nace como un Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) de la Universidad Casa Grande, siendo este año su segunda edición. El proyecto de GYEARTE consiste en generar un espacio que muestre la historia del arte contemporáneo de la ciudad de Guayaquil-Ecuador, profundizando la información tanto de los artistas como del origen de las manifestaciones artísticas en la ciudad ocurridas en la década de los 80 hasta finales de los 90, para así resolver la problemática planteada.

Matilde Ampuero, crítica e historiadora de arte radicada en la ciudad de Guayaquil, durante 5 años responsable del manejo de la información audiovisual en el MAAC, ha indicado que el arte contemporáneo en la ciudad comenzó con la generación de artistas de la década de los 80, con los miembros del grupo *La Artefactoría*. Entre ellos se encontraban Flavio Álava, Xavier Patiño, Marco Alvarado y Jorge Velarde, quienes salieron de la norma moderna, de los planteamientos pictóricos que los obligaban a la “búsqueda de

sus raíces” e indigenismo para ir al encuentro de una “identidad ecuatoriana”. (Ampuero, 2016).

Actualmente, Rodolfo Kronfle (2009) indica: “La historia del arte contemporáneo del (...) se ha escrito, por desgracia, sólo en catálogos. A lo mucho podríamos hablar también de páginas salpicadas en Internet y de algunos ensayos publicados que excepcionalmente se plantean objetivos analíticos ambicioso”. Quiere decir que es complicado para el público en general el acceder a la información. Dispersa en la web, no es publicitada, o simplemente se desconoce por a la falta de apoyo de entidades públicas o privadas, que llegan incluso a invisibilizar a los artistas y a sus obras. (Ampuero, 2016).

Teniendo en cuenta la problemática sobre la manera en la que se ha recopilado la historia del arte de Ecuador, nace en el 2015 la plataforma web www.gyearte.com. Una herramienta digital de ayuda para el campo de las artes visuales dentro de Guayaquil, donde se compila información sobre el arte contemporáneo en la ciudad y sus actores. De fácil uso y acceso para los interesados en el arte, que pueda ser utilizado como referencia investigativa y académica.

Hay proyectos que nacieron para impulsar del arte contemporáneo, que se han quedado estancados por la falta de actualización de las políticas culturales y de gestión a las nuevas prácticas, o que se han limitado a recabar información de lo que pasaba en ese momento. Una de las iniciativas fueron las entradas en el blog *Río Revuelto* (2003), de Rodolfo Kronfle y *Deskafuero*

(2008), plataforma del Instituto Tecnológico de Artes del Ecuador (ITAE), que publicó los trabajos, críticas y obras realizadas tanto por estudiantes como docentes de esa institución. Estas y otras iniciativas, aisladas y suscitadas, han dejado de lado lo que ha pasado en la ciudad y lo que se daba en ella a finales del siglo XX, considerándose el inicio del arte contemporáneo y los precursores de las instituciones que se conocen el día de hoy.

Como indica Saidel Brito, artista de origen cubano, radicado en el Ecuador, Rector del Instituto Superior de Artes del Ecuador (ITAE) en su tesis: “la labor de la crítica y la historia del arte en Guayaquil no han tenido en los medios de comunicación ni en el mundo universitario a su mejor aliado”, (Brito, 2016). Por desconocimiento y falta de preparación en estos temas, los periodistas generan notas que en lugar de centrarse en la obra, contexto y propuesta artística, se basan en anécdotas sobre el artista como: desde cuándo pinta, dónde trabaja, qué lo inspira; mientras que en la lógica del proceso, se debería esperar artículos donde se pueda apreciar la propuesta, un sustento teórico de las obras podría ser de mucha ayuda para quienes escriben (Medina, 2013).

El proyecto GYEARTE¹ pretende beneficiar a la comunidad artística, enfocada en información relevante de la historia del arte contemporáneo de la ciudad de Guayaquil, con un alcance nacional e internacional por estar desarrollada en un medio de fácil acceso al público, como lo es el digital, por medio de la interconectividad que permite la red de conexión global, internet.

¹ GYEARTE es el nombre del proyecto de aplicación profesional que busca recopilar y visibilizar la historia del arte contemporáneo en la ciudad de Guayaquil. Las siglas se pronuncian “Guayaquil Arte”

Esta comunidad la integran los artistas, galeristas, curadores, críticos, historiadores, coleccionistas, gestores e instituciones culturales y también las personas interesadas en el arte en general.

Para esta edición (2016), se ha dirigido la plataforma digital a la tendencia actual del uso de los medios digitales para buscar y receptor nueva información con propósitos investigativos, pedagógicos y de interés. Se han aprovechado estas opciones para crecer como referente entre las diversas entidades (colegios, universidades, museos, galerías) y usuarios (artistas, historiadores, estudiosos, gestores, etc.) enfocadas en las artes visuales contemporáneas.

Como todo proyecto, contó con amenazas para su continuidad y éxito. Entre ellas, la situación política y económica que atraviesa actualmente el país, según el informe presentado por Inmaculada Álvarez del Instituto de Predicción Económica L. R. Klein de la Universidad Autónoma de Madrid, Ecuador pasa por una inestabilidad económica mayor que la del año 2015 por causa del terremoto suscitado en 16 de abril del presente año, que terminó afectando a las provincias con mayor movimiento económico, especialmente la región Costa, ha dejado más gastos a su paso por la reconstrucción de ciertas ciudades (Álvarez, 2016), lo que significó grandes dificultades para el financiamiento del proyecto. El arte no representa una necesidad básica o fisiológica para el ser humano como lo son la salud y la alimentación, (Maslow, 1975) el recorte de presupuestos fue una gran amenaza para conseguir capital mediante auspicios.

La falta de información que existe actualmente sobre el arte contemporáneo en la ciudad dificultó su recopilación, pues estos datos se encontraban en un medio que no es fácil acceso al público. Kronfle (2009) señala que nadie se ha dedicado a esa “urgente empresa” antes de que cualquier evidencia de lo que ha sucedido se pierda con el paso del tiempo; pues los curadores gestores y críticos culturales se han ocupado de la realización de textos puntuales sobre determinados artistas o de muestras de arte.

Las empresas a las que se solicitó auspicios estaban relacionadas en temas de arte o que su segmentación de clientes sea de un estrato socioeconómico medio - medio alto; además de las personas y entidades que apoyen los eventos que fomenten la historia y cultura de la ciudad, en otras palabras, empresas que estén manejando un mercadología social corporativo como indica la *Master*² Marisol Alonso (2003), ya que este enmarca lo que se denomina “Acción Social empresarial”, que dedica recursos humanos , técnicos o monetarios a proyectos de interés social que se despliegan en el entorno de la empresa, por medio de la colaboración a empresas u organizaciones sociales sin fines de lucro, mediante programas, eventos de desarrollo social relacionados con la generación de empleo, la educación, la naturaleza o medio ambiente, el arte o la cultura o mediante el apoyo a proyectos o campañas de sensibilización sobre alguno de los temas anteriores.

Los auspiciantes que aportaron en el evento tuvieron la oportunidad de no sólo publicitar sus productos, sino también estar en contacto con los artistas

² Master o Maestría es un título que se otorga al profesional cuya formación adelantada de carácter especializado o multidisciplinario, busca por este mismo una especialización académica o profesional o bien la iniciación en actividades investigadoras.

expositores, lo que genera una relación de ganar-ganar, ya que el artista expande su oferta de trabajo a nuevos clientes.(Ver Anexo 2)

DETALLES DE PROYECTO

Lineamientos generales del proyecto

En esta edición (2016) se buscó lograr el objetivo planteado con la asesora, Pilar Estrada, actual directora del Centro Cultural Metropolitano y fundadora de la galería NoMÍNIMO: recopilar la información de los hitos y actores culturales que han conformado la historia del arte contemporáneo de Guayaquil, y visibilizarlos a través de un entorno digital de libre acceso y fácil interacción.

Se potenció las fortalezas que destacaron en la primera edición de GYEARTE (2015), como la identidad corporativa, línea gráfica y la plataforma en *Wordpress*³. Adicional, se ajustaron y corrigieron ciertos aspectos para pasarlo al entorno digital www.gyearte.ec, tales como: errores históricos dentro del contenido, arreglo de la cromática de la imagen corporativa y ajustes de la interfaz del portal para mejorar la navegación.

También se añadieron nuevas secciones de contenido, como lo es el *Timeline*⁴, dándole un fondo histórico cronológico más relevante al portal, en el cual se cuente la historia del arte contemporáneo de Guayaquil desde su

³ Wordpress es una plataforma donde puedes escribir, modificar artículos y crear una página web o un blog.

⁴ Un timeline es una representación de toda actividad en una especie de álbum virtual en el que mostrará las acciones relevantes que entremezclan historia con la actividad de la plataforma.

aparición hasta finales de la década de los noventa, con el fin de que la plataforma sirva para futuras investigaciones y estudios en la pedagogía del arte contemporáneo guayaquileño.

Simultáneamente se gestionó una muestra de arte contemporáneo, para visibilizar el gran número de artistas que se desarrollaron, y que además han sido partícipes dentro de este fenómeno artístico en la ciudad de Guayaquil desde 1982 hasta el presente, llamándose la muestra “Tránsito 82-16”. De esta forma, se abrió un espacio para fomentar la interrelación entre los artistas que comparten una cuota temporal de producción con discursos diversos y el público interesado.

GYE ARTE surgió de la necesidad de darle un espacio a la historia del arte contemporáneo en Guayaquil y a sus actores, muchas veces desanimados por el medio árido en el que se desenvuelven, como indica Diego Cazar Baquero (2014), periodista y editor general de la revista digital *La Barra Espaciadora*. Hemos dado un paso para eliminar un vacío en la comunicación artístico-cultural de la ciudad

Actores involucrados en la ejecución

Se mantuvo el grupo objetivo de la edición anterior de GYE ARTE (2015), conformado por artistas contemporáneos, interesados en el arte, gestores, críticos y curadores de la ciudad de Guayaquil. En este 2016 se les

suman: instituciones educativas públicas y privadas vinculadas al campo de las artes.

Si bien la historia del arte contemporáneo abarca distintas prácticas artísticas, este año el entorno digital se enfocó estrictamente en las artes visuales y en la recolección de datos entre las épocas de los años 80 y 90. El motivo de esta restricción fue debido al tiempo destinado para la investigación, además se tomó en cuenta la contrariedad de lo voluble de los artistas, quienes aceptaban entrevistas y luego se retractaban, o que posponían las reuniones constantemente. Para la muestra, se tomó en cuenta desde los años 80 hasta la actualidad, para no dejar fuera del proyecto a los artistas que empezaron a producir obra desde el año 2000. Así, GYEARTE 2016 se ha convertido en una oportunidad para generar puentes de conocimiento y de aporte respecto al campo del arte contemporáneo en Guayaquil.

Objetivos generales y específicos de investigación

Problema

En la actualidad, no existe un espacio digital de fácil acceso al público que recopila la historia del campo del arte contemporáneo en Guayaquil.

Objetivo general

Indagar la historia del arte contemporáneo entre la década de los ochenta y noventa de la ciudad de Guayaquil para visibilizar este campo a través de la plataforma web actual.

Objetivos específicos

- Examinar los aciertos y desaciertos de GYE ARTE 2015.
- Indagar cómo se originó el arte contemporáneo en Guayaquil y detectar los actores que marcaron su desarrollo entre la década de los 80s y 90s.
- Describir el nicho del arte contemporáneo en Guayaquil, en el año 2016.

- Identificar cuál es la forma adecuada para presentar la historia del arte contemporáneo de Guayaquil en la plataforma actual página web.

Objetivos generales y específicos de proyecto

Objetivo general

Exponer digitalmente el campo del arte contemporáneo, enfocado a las artes visuales de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

- Contar la historia del arte contemporáneo, enfocado a las artes visuales, de la ciudad de Guayaquil, desde su origen en la década de los años 80 y los años 90.
- Visibilizar a los actores que se desarrollan en el campo del arte contemporáneo de Guayaquil, durante las décadas especificadas anteriormente.

Cronograma de trabajo

El cronograma de trabajo planteado para el grupo en general se basó en las tareas específicas agrupadas en fases que se complementan entre ellas utilizando para ello un diagrama de Gantt⁵, la elaboración del cronograma permite juzgar la factibilidad de un proyecto (Aguilar Idañez & Ander-Egg, 1997)

Tabla 1: Cronograma de actividades para GYEARTE 2016

	Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Sept.				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	1	2	3	4								
INVESTIGACIÓN																																				
Investigación y recolección de datos	■																																			
Entrevistas									■																											
Grabación de entrevistas									■																											
Elaboración de presupuesto y cotizaciones																									■											
COORDINACIÓN ARTISTAS Y AUSPICIANTES																																				
Coordinación Artistas									■																											
Coordinación Auspiciantes									■																											
ENTORNO DIGITAL																																				
Timeline									■																											
Edición de multimedia									■																											
Rediseño de interfaz									■																											
Operación y contenido									■																											
Edición de Contenido									■																											
PUBLICIDAD																																				
Activación en redes																									■											
Diseño Kit Promocional																									■											
Diseño Imagen GYEARTE									■																											
Diseño de posters para redes									■																											
Diseño de material impreso									■																											
EVENTO "TRÁNSITO 82-16"																																				
Curador																									■											
Coordinadores de evento									■																											
Recolección de obras									■																											
Cobertura de evento																									■											

Fuente: GYEARTE

⁵El diagrama de Gantt es una herramienta que se emplea para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado de tiempo.

Presupuesto

El presupuesto son los objetivos propuestos expresados de forma cuantitativa en un periodo de tiempo, según Burbano (2005), estos objetivos son llevados a cabo con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlas. Cada parte del presupuesto fue pensada según la tarea a realizar para cumplir los objetivos propuestos, separado en valores estimados, que se fueron devengando según los roles y actividades de cada uno de los miembros de GYEARTE; en cuestión de acciones como entrevistas, investigación, se utilizó el método de Horas Hombre con los valores de la Tabla de Salarios mínimos sectoriales del Ecuador 2016 (Ver Anexo 6 y 7)

Tabla 2: Presupuesto de GYEARTE 2016

	Cantidad	Valor Unitario	Estimados	Real
INVESTIGACIÓN				
Investigación y recolección datos	1,00	\$621,47	\$621,47	\$0,00
Entrevistas	1,00	\$457,52	\$457,52	\$0,00
Grabación entrevistas	1,00	\$189,40	\$189,40	\$0,00
Elaboración de presupuesto y cotizaciones	1,00	\$148,49	\$148,49	\$0,00
Movilización y Viáticos	5,00	\$20,00	\$100,00	\$100,00
Disco duro	1,00	\$75,00	\$75,00	\$75,00
Rifas	1,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Totales			\$1.621,88	\$205,00

COORDINACION ARTISTAS Y AUSPICIANTES				
Coordinación Artistas	1,00	\$385,08	\$385,08	\$0,00
Coordinación Auspiciantes	1,00	231,05	231,05	\$0,00
Totales			\$616,13	\$0,00

ENTORNO DIGITAL				
Template				\$36,00
Nuevo dominio	1,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00
Timeline	1,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00
Hosting	1,00	\$95,00	\$95,00	\$95,00
Edición de multimedia	1,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
Operación y contenido	1,00	\$236,09	\$236,09	\$0,00
Edición de Contenido	2,00	\$1.664,27	\$1.664,27	\$0,00
Diseño digital	1,00	\$177,07	\$177,07	\$0,00
Totales			\$2.452,43	\$411,00

PUBLICIDAD				
Cajas	200,00	\$0,23	\$100,00	\$100,06
Tarjetas invitaciones A6	50,00	\$0,70	\$35,00	\$54,72
Afiches	30,00	\$2,00	\$60,00	\$68,40
Tazas	25,00	\$6,00	\$150,00	\$178,25
Beteros	25,00	\$13,00	\$325,00	\$279,78
Esferos con Logo	50,00	\$1,00	\$50,00	\$51,30
Pautas en redes sociales	1,00	\$50,00	\$50,00	\$30,00
Community Manager	\$1,00	\$115,52	\$115,52	\$0,00
Diseño Kit Pomocional	\$1,00	\$186,09	\$186,09	\$0,00
Diseño Imagen GYEARTE	\$1,00	\$169,89	\$169,89	\$0,00
Totales			\$1.241,50	\$762,51

EVENTO "TRÁNSITO 82-16"				
Curador	1,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Local	1,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<i>Coordinadores evento</i>	2,00	\$297,24	\$297,24	\$0,00
<i>Recolección de obras</i>	1,00	\$237,84	\$237,84	\$0,00
Backing	1,00	\$230,00	\$120,00	\$120,00
Cobertura de evento	1,00	\$550,00	\$550,00	\$0,00
Bebidas soft	50,00	\$0,40	\$20,00	\$0,00
Bebidas Alcoholicas	6,00	\$2,50	\$15,00	\$50,40
Ayuda montaje obra	3,00	\$40,00	\$120,00	\$50,00
Postales	70,00	\$1,00	\$70,00	\$70,00
Vasos	5,00	\$1,00	\$5,00	\$5,00
Servilletas	2,00	\$1,50	\$3,00	\$3,00
Helados	1,00	\$300,00	\$300,00	\$0,00
Agua Guitig	1,00	\$100,00	\$100,00	\$0,00
Café Juan Valdez	1,00	\$300,00	\$300,00	\$0,00
Totales			\$2.138,08	\$298,40

ENTREGA DE DOCUMENTOS				
Movilización	5,00	\$20,00	\$400,00	\$400,00
Impresiones	7,00	\$10,00	\$70,00	\$70,00
Utilería (Muestra)	1,00	\$20,00	\$10,00	\$200,00
Totales			\$480,00	\$670,00

RESERVA/CONTINGENTE				
Gastos			\$8.550,02	\$2.346,91
10% Contingente	1,00	10%	\$855,00	\$234,69
Totales			\$9.405,02	\$2.581,60

			Estimados	Reales
Gastos totales			\$9.405,02	\$2.581,60

Fuente: GYEARTE

Auspicios

Los auspicios según Amado y Bongiovanni (2005) son relaciones de intercambio en el que el auspiciado recibe asistencia (en la mayoría de los casos, de índole) financiera por parte de la empresa auspiciante, este obtiene difusión masiva de su nombre, marca o su producto. Son una forma de financiamiento para este tipo de proyectos, donde se pide un valor o un canje por bien o servicio para recibir a cambio unos beneficios, que generalmente son presencia de marca y publicidad.

Tabla 3: Auspiciantes de GYEARTE 2016

AUSPICIANTES PARA EVENTO "TRÁNSITO 82-16"			
Auspiciante	Paquete	Efectivo	Canje
DPM Gallery	Premium	-	\$ 550,00
Cactus Films Independiente	Premium	-	\$ 550,00
Consultora Legal Del Pozo	Básico	\$ 150,00	-
Güitig	Premium	\$ 450,00	\$ 100,00
Juan Valdéz Café	Premium	\$ 350,00	\$ 200,00
Magnum	Plus	-	\$ 300,00
Serlosid S.A.	Básico	\$ 150,00	-
Total		\$ 1 100,00	\$ 1700,00

Fuente: GYEARTE

RESULTADOS DEL PROYECTO

Se realizó una investigación sobre el origen del arte contemporáneo desde su origen hasta la culminación de la década de los noventa. Por lo que se utilizó el entorno digital para almacenar y hacer de fácil acceso esta información. También se complementó el listado de artistas, realizando grabación de entrevistas, ampliación de los perfiles y una mejora en el interfaz para la visualización de las obras. Se añadió adicionalmente un *Timeline* para

que se siguiera de manera cronológica hechos y sucesos relevantes dentro de la historia del arte contemporáneo guayaquileño

Para que el entorno digital fuese promocionado, se realizó una muestra de arte en galería DPM (Siglas para David Pérez McCollum), una de las dos galerías reconocidas en el medio artístico de la ciudad de Guayaquil (El Comercio, 2011), donde se convocó a 85 artistas, y participaron 62 artistas visuales que han donado una obra para esta exposición. La muestra fue curada por René Ponce, artista radicado en Guayaquil, ex docente del Instituto Tecnológico de Artes del Ecuador (ITAE), quien fue sugerido por nuestra asesora Pilar Estrada por su desenvolvimiento en el campo artístico, con la ayuda de Irina Patiño, esta última integrante del grupo GYEARTE (2016) egresada en Diseño Gráfico y Comunicación Visual en Universidad Casa Grande, y Armando Busquets, reconocido artista visual cubano residente en la ciudad de Guayaquil, docente de en materias de artes y comunicación visual en dicha universidad..

Se contó con el auspicio de 7 de las 30 empresas contactadas para el proyecto, siendo entonces que contamos con una participación de un 23% de las empresas a las que se invitó a participar del proyecto. Quienes se mostraron contentos al tener una presencia de su marca con más de 200 personas que asistieron al evento. (Ver Anexo 2)

Es por ello que se puede decir que se ha cumplido con los objetivos del proyecto, pues gracias a la muestra y su realización, se ha visibilizado a los actores del campo del arte contemporáneo desde sus orígenes hasta la

actualidad, pues se contó con participaciones desde Marco Alvarado, Jorge Velarde que son parte de los precursores del arte contemporáneo y Dennys Navas junto a Raymundo Valdez que son parte de la generación de artistas del ITAE que están ganando renombre en el medio. Se ha contado con su participación de igual manera en las entrevistas y el contenido para el entorno digital, el mismo que fue expuesto en la muestra a nuestro grupo objetivo interesado.

CONCLUSIONES ESTRATÉGICAS

Después del evento de la muestra de arte contemporáneo y el relanzamiento del entorno digital se ha logrado obtener comentarios y publicaciones positivas, sobre la iniciativa, la afluencia de personas, los artistas convocados, las obras expuestas, la información que se podría encontrar en el entorno digital, y los medios de comunicación que expusieron la información.

Se aspira que en la siguiente edición se pueda llegar a completar la historia del arte contemporáneo en la ciudad en el siglo XXI, ampliar más el listado de artistas y actualizar más el *Timeline* En lineamientos generales, el evento generó resultados positivos.

Se ha mantenido, mejorado y expandido el contenido de la edición anterior (2015), se ha promocionado en medios de comunicación masivos tales como revistas y diarios (Ver Anexo 15), adicional de las redes sociales que se manejaron para la campaña de expectativa. Muchos de los artistas asistentes a la muestra también ejercen como docentes en varias instituciones dedicadas al

arte en la ciudad, por lo que al generar un diálogo y con ellos, se puede formar una alianza estratégica con las entidades que representan para que el entorno digital sea una herramienta académica de investigación y pedagogía.

Entre las necesidades e inconvenientes que se presentaron fue la dificultad financiera para la movilidad de los integrantes al momento de la investigación, tomas de video para las entrevistas y videos que se encuentran en el entorno digital, el reparto de ese gasto generado se dejó como aportación personal de cada miembro. También se presentaron otros imprevistos en la cobertura del evento, Para obtener una mejor cobertura es recomendable cuidar de estos elementos, puesto que el auspiciante que participó, minimizó la calidad en ellos. Los puntos serían:

- Manejo de equipos
- Inventario de equipos
- Trabajo en equipo
- Responsabilidad y compromiso comprobados

Con respecto a cómo realizar el presupuesto para el financiamiento, se hizo un análisis, contando con lo recaudado por la actividad grupal, era necesario contactar un mínimo de 2 auspiciantes que tomaran cada uno un paquete de auspicios de mayor valor.

EVALUACIÓN INDIVIDUAL

DISEÑO Y PARÁMETROS DE LA EVALUACIÓN

Objetivo General

Evaluar si la estrategia de financiamiento utilizada recaudó los fondos necesarios para la ejecución de la muestra de arte contemporáneo “Tránsito 82-16”

Objetivos Específicos

- Conocer si el gasto real para la ejecución de la muestra “Tránsito 82-16” fue cubierto en su totalidad gracias a los ingresos generados.
- Evaluar si los Planes de auspicios que se ofrecieron a las empresas cumplen los parámetros de las mismas para ser aprobados.
- Determinar el grado de satisfacción de los auspiciantes respecto a su participación en la muestra de arte.

Tipo y enfoque del estudio

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, ya que se centra más en la exploración y descripción de datos para luego generar teorías e hipótesis. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

El tipo de estudio a implementar es descriptivo, como dicen Hernández *et al* en su texto de *Metodología de la Investigación*, el tipo de estudio descriptivo busca evaluar, medir o recolectar datos sobre los distintos aspectos, variables y dimensiones del o de los sujetos a investigar. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) Es por ello que se exponen e identifican las opiniones de expertos y de los hechos suscitados para ser estudiados y analizados.

Muestra

- Propietarios, gerentes de empresas u coordinadores de auspicios y R.R.P.P. de las organizaciones auspiciantes de la muestra de arte.
- Profesionales en área de Auspicios, Marketing y Relaciones Públicas.

Se considera realizar entrevistas a 4 a gerentes, propietarios, profesionales de marketing, relaciones públicas, de los cuales, 2 deben ser representantes de las empresas auspiciantes. El número de entrevistas realizada

directamente a las empresas auspiciantes representa el 30% de las marcas presentes en la muestra “Tránsito 82-16”, tomando en cuenta un total de 7 empresas.

Entre los entrevistados tenemos:

Tabla 4: Muestra de auspiciantes y profesionales en marketing y R.R.P.P.

Entrevistado	Auspiciantes de GYEARTE 2016	Gerentes, Propietarios, profesionales en Marketing y R.R.P.P.
Juliana Franco	Jefe de marca: Juan Valdez Café	
Claudia Núñez	Brand Manager Regional Tesalia CBC: Gütig	
Andrés Florencia		Coordinador de marketing: Almacenes DePrati
María Verónica Sandoval		Propietaria: Jiro-Sushi
Victor Vallejo		Coordinador de marketing: Dinners Club del Ecuador

Fuente: Autor

Herramientas utilizadas

Herramientas utilizadas

Se utilizará las entrevistas semi-estructuradas, ya que según el profesor de investigación de la Universidad Autónoma de Madrid, Javier Murillo Torrecilla nos indica que “el investigador previamente a la entrevista lleva a cabo un trabajo de planificación de la misma elaborando un guión que determine aquella información temática que quiere obtener” (Murillo Torrecilla, 2008), lo que nos es bastante conveniente debido a la disponibilidad del tiempo de las personas entrevistadas.

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

Presupuesto:

Para cubrir los gastos para la realización del entorno digital y el evento se propuso obtener 3 fuentes de financiamiento: Auspicios, inversión propia y otras actividades. (Ver Anexo 8: Cuadro de ingresos GYEARTE 2016). La inversión propia fue para conseguir el *Hosting*⁶, *Timeline*, viáticos y el coste inicial de la actividad de financiamiento, por un total de USD \$ 741,00 lo que nos permitió trabajar al momento.

La actividad realizada para recaudar fondos fue la rifa de una botella de licor. Cada rifa tuvo un precio de venta de USD \$ 1,00, y cada miembro del grupo aportó vendiendo 200 unidades, con lo que se recaudó USD \$ 1 000,00.

Para finalizar, gracias a los auspicios concretados en efectivo, se recaudó USD \$ 1 100,00, lo que nos da un total en efectivo recaudado de USD \$ 2 841,00

Los gastos generados totales fueron de un total de USD \$ 2 581,60 por lo que nos queda una utilidad de USD \$ 259,40. El resultado nos indica que hay un saldo a favor del grupo.

⁶ El alojamiento web o hosting es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web.

Parámetros para los planes de auspicios

Los parámetros que califican varían poco entre auspiciantes y profesionales en marketing. Juliana Franco, jefa de marca de Juan Valdez Café en Ecuador, indica que los parámetros que ella observa son: Puntualidad, veracidad, presentación, presupuesto y confianza. (Ver Anexo 2: Entrevistas).

Por otro lado, Claudia Núñez, Brand Manager Regional de Tesalia CBC (Central-American Bottling Company) de Ecuador, especifica que los parámetros son: Veracidad, presupuesto, gráfica y beneficios que pueda generar más de lo acordado.

Andrés Florencia, Coordinador de Marketing en Almacenes DePrati en la ciudad de Guayaquil, señala que los parámetros que el revisa son aval, puntualidad y presentación de la información (Ver Anexo 3; Entrevistas), ya que los presupuestos para mercadeo cierran pronto en la empresa y se aprecia la información resumida por la cantidad de propuestas que reciben.

La propietaria de Jiro-Sushi, restaurante de comida japonesa ubicado en el sector de Urdesa en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, María Verónica Sandoval revisa los siguientes puntos: Precio, beneficio, el target y el aval. Ya que es un restaurante, le interesa el beneficio que obtiene de las redes sociales, más el precio es una limitante por la situación económica.

Víctor Vallejo, Coordinador de Marketing de Dinners Club del Ecuador especifica que los parámetros son: el aval, presupuesto y presentación concisa. Se debe tomar en cuenta, como indican Juliana Franco y Victor Vallejo en sus entrevistas (Ver Anexo 2 y 3: Entrevistas) que las propuestas de auspicios

deben pasar a revisión por el reglamento interno para el otorgamiento de auspicio en cada empresa.

Satisfacción de los auspiciantes por exposición de marca en el evento

Claudia Núñez, representante de Güitig, marca de agua mineral con gas producida naturalmente en la zona de Tesalia, Ecuador, respondió lo siguiente en la entrevista: “Sí, estamos satisfechos. Estuvo prolijo y elegante. Tal como se espera se exhiba nuestra marca. La mitad de los asistentes fijo tuvo en sus manos nuestro producto también. Además de que este se complementa muy bien con el objetivo del evento.”(Ver Anexo 2: Entrevista) Indica también que las ubicaciones de la marca tanto dentro del evento (Bar, Producto, Backing) como fuera del evento (Redes Sociales) fueron las prometidas y que se cumplieron

Por otro lado Juliana Franco, Jefa de Marca en Juan Valdéz Café, contestó que se encontraba “Muy satisfecha, se dio a degustar nuestro producto y tuvimos una buena presencia de marca, en Guayaquil, donde tenemos una competencia fuerte como lo es Sweet and Coffee [...]” (Ver Anexo 2), aunque le hubiese gustado que la marca se publicitara en una institución como la Universidad Casa Grande.

Ambas empresas han mostrado estar satisfecha con la exposición de sus marcas en el evento.

CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN Y RECOMENDACIONES

Pese a las adversidades con la crisis financiera en el que hacen hincapié los entrevistados sobre el panorama económico nacional, el presupuesto fue cubierto en su totalidad gracias a las medidas de financiamiento adoptadas de manera grupal, incluso quedó un saldo a favor que fue repartido en el grupo a partes iguales.

Los parámetros que tienen en común las empresas son el aval, la veracidad, la puntualidad, presentación, y presupuestos debido al tiempo del que disponen tanto para la toma de decisiones como para el cierre de presupuestos en sus respectivas empresas. Además de la cantidad de propuestas que se tienen que revisar, con un mensaje y objetivos claros para que estos sean estudiados con rapidez.

Los auspiciantes han quedado satisfechos por la participación obtenida, valoran la información en números y que se les atiende de manera personal y a la brevedad posible.

En conclusión, se ha logrado cumplir con el objetivo principal de la evaluación de la estrategia de financiamiento, ya que esta sí recaudó los fondos necesarios para ejecutar la muestra de arte “Tránsito 82-16”. La gestión de obtención de auspiciantes más la actividad realizada recaudaron el monto necesario para la puesta en marcha, correspondiendo a los auspiciantes un 38% del financiamiento y a la actividad realizada un 35%, siendo un 27% de aportación propia, de la cual más se destacan los viáticos generados y cubiertos por los miembros del grupo.

Como recomendación para la siguiente edición, la persona encargada de auspicios tiene que estar en todo momento con los organizadores para tener información al día sobre el proyecto y su avance. Se debe estar disponible tanto para movilizarse como para responder dudas o envío de información pertinente para las personas involucradas. Entre más rápido sea, más rápido se mueve el proyecto, y mejor todavía si el trato se hace de forma cordial.

Se debe crear propuestas que se adapten a las circunstancias variables e imprevistas del entorno inmediato. Como fue en esta edición (2016) en donde el plan de auspicios de menores costos para qué, aún después del terremoto suscitado el 16 abril y la crisis económica actual, se logró conseguir auspicios, los mismos que deben presentarse de forma innovadora o más amigable como nos recomendó el Coordinador de Marketing en Dinners Club del Ecuador, Víctor Vallejo.

Tener cuidado y concretar bien con los auspiciantes los canjes, ya que pueden presentarse inconvenientes en la satisfacción de la calidad del servicio, o si no se tienen respaldos de lo acordado, pueden incluso incumplir con los productos ofertados para el uso o demostración durante evento. Aún así, debe prevalecer el trato cordial y la agilidad de respuesta para el trato con los auspiciantes, se debe hablar y escribir seguros, con bases en el proyecto y listos ante cualquier pregunta o solicitud requerida.

La línea gráfica y audiovisual se debería mantener, ya que es fácilmente reconocible, y tuvo excelentes comentarios durante y después del evento. También el mantener el respaldo de la Universidad Casa Grande y el

apoyo de entidades como DPM y el MAAC para mantener la confiabilidad de la realización de las futuras ediciones de GYEARTE.

REFLEXIÓN PERSONAL

Muchas de las cosas que se han presentado a lo largo de este proyecto, son variables que ya han visto en los Casos de la Universidad Casa Grande. Su metodología del Aprender Haciendo que está fundamentada en el diseño de experiencias, para que el estudiante resuelva concretamente los problemas propuestos (Universidad Casa Grande, 2008); ha hecho que sea más práctica su realización y no nos tomara por sorpresa como si fuésemos primerizos. Este proyecto si bien no toca muchos puntos de mi carrera en Gestión y Negocios Internacionales, si lo hace de mis otras pasiones, el arte y su historia, además de que el gestionar un proyecto sigue siendo llevarlo a buen puerto indistintamente la meta planteada.

Muchos compañeros rehúyen de proyectos que puedan ser complicados, sin aparente rentabilidad o sin bases sólidas a simple vista, siempre se debe tener la mente abierta, Quiénes somos los negociadores sino artistas de la palabra que entienden de números, lo que nos permite ser intermediarios en muchos campos más allá del económico.

Me tocó estar en un puesto de relaciones públicas, que me hizo ver de cerca la interacción entre coordinadores, los manejos de tiempos y presupuestos, y el repasar las leyes contables actuales para no enviar ni

solicitar información errada que podría colocar trabas en el proceso. Además de aprender de muchos otros temas, como la realización de una muestra de arte y su gestión, el uso de terminología museográfica y audiovisual me hace replantearme mis opciones para el futuro. Quizá algo relacionado con la gestión cultural internacional y cooperación, donde los conocimientos adquiridos en mi carrera sean afines y necesarios.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar Idañez, M. J., & Ander-Egg, E. (1997). *Cómo elaborar un Proyecto*. En

Guía para diseñar proyectos sociales y culturales (pág. 125). Buenos Aires:
Lumens/Humanitas.

Álvarez, I. (2016). *Análisis de la economía de Ecuador (julio de 2016)*.

Econolatin Videos del Instituto de Predicción Económica L. R. Klein.
Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=md0vQCeWyoc>

Amado, A., & Bongiovanni, M. (2005). *Apuntes sobre el concepto de*

marketing cultural. III Congreso Panamericano de Comunicación.
Buenos Aires: Universidad Nacional del Buenos Aires.

Ampuero, M. (20 de Mayo de 2016). Entrevista para Matilde Ampuero. (I.

Patiño, Entrevistador)

Baquero, D. C. (28 de Enero de 2014). *La Barra Espaciadora*. Recuperado el 2

de Noviembre de 2016, de Guayaquil ¿Y la cultura?:

<http://www.labarraespaciadora.com/fallas/monumentos-y-adoquines-no-hacen-ciudades/>

Brito, S. (2016). *El escenario de las artes visuales contemporáneas en la*

ciudad de Guayaquil durante el presente siglo. Cuenca. Universidad de
Cuenca - Facultad de Artes. Recuperado de

dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24658/1/Tesis%
20SaideI%20Brito%20Final%2011%20de%20abril%20de%202016.pdf

Burbano, J. (2005). *Presupuesto, enfoque de gestión, planeación y control de recursos*. Colombia. McGraw Hill.

El Comercio. (3 de Febrero de 2011). Galería DPM exporta arte

ecuatoriano. Recuperado el 2 de Noviembre de 2016, de
<http://www.elcomercio.com/tendencias/cultura/galeria-dpm-exporta-arte-ecuatoriano.html>

GYE ARTE 2015

A. Freire, I. Ibarra, M. López, A. Piovesán, M. Ruiz. (2015). *Proyecto de Aplicación Profesional GYE ARTE*. Guayaquil. Universidad Casa Grande - Facultad de Comunicación Mónica Herrera. Recuperado de
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/733/1/Tesis927GFREp.pdf>

A, Freire. (2015). *Resumen ejecutivo y esquema de estructura de relaciones públicas y comunicación organizacional*. Guayaquil. Universidad Casa Grande - Facultad de Comunicación Mónica Herrera. Recuperado de
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/731/1/Tesis927FREr.pdf>

I, Ibarra. (2015). *Resumen ejecutivo y esquema de estructura*. Guayaquil.

Universidad Casa Grande - Facultad de Comunicación Mónica Herrera.

Recuperado de

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/>

[729/1/Tesis924IBAr.pdf](http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/729/1/Tesis924IBAr.pdf)

M, López. (2015). *Propuesta de modelo de Producción para el sitio*

www.gyearte.com. Guayaquil. Universidad Casa Grande - Facultad de

Comunicación Mónica Herrera. Recuperado de

<http://dspace.casagrande.edu>.

[ec:8080/bitstream/ucasagrande/730/1/Tesis926LOPp.pdf](http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/730/1/Tesis926LOPp.pdf)

A, Piovesán. (2015). *Sistematización de la experiencia de trabajo del sitio*

de arte contemporáneo <http://www.gyearte.com>. Guayaquil.

Universidad Casa Grande - Facultad de Comunicación Mónica Herrera.

Recuperado de

[http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/728/1/Tesi](http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/728/1/Tesis923PIOs.pdf)

[s923PIOs.pdf](http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/728/1/Tesis923PIOs.pdf)

M, Ruiz. (2015). *Propuesta de sistema de manejo de contenido en el portal*

web gyearte.com. Guayaquil. Universidad Casa Grande - Facultad de

Comunicación Mónica Herrera. Recuperado de

<http://dspace.casagrande.edu>.

[ec:8080/bitstream/ucasagrande/732/1/Tesis925RUIp.pdf](http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/732/1/Tesis925RUIp.pdf),[http://dspace.](http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/732)

[casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/732](http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/732)

Hernández, Fernández, & Baptista. (2010). *Metodología de la Investigación*,

5ta edición. México D.F.: McGraw Hill.

Kronfle, R. (2009). *Historia(s) en el arte Contemporáneo del Ecuador*.

Guayaquil: Río Revuelto Ediciones.

Maslow, A. (1975). *Motivación y personalidad*. Barcelona: Sagitario

Marangoni Larissa renuncia a Dirección Cultural de Guayaquil | La República

EC. (2016). La RepúblicaEC. Retrieved 30 August 2016, from

<http://www.larepublica.ec/blog/gente/2016/02/18/larissa-marangoni-renuncia-a-direccion-cultural-de-guayaquil/>

Medina, L. (2013). *El impacto de los medios de comunicación en el público de*

las artes visuales contemporáneas en el Guayaquil del siglo XXI.

Guayaquil. Universidad Casa Grande - Facultad de Comunicación Mónica

Herrera:

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/311/1/TESIS466MEDi.pdf>

Murillo Torrecilla, J. (2008). Universidad Autónoma de Madrid. Recuperado el

25 de Octubre de 2016, de Metodología de la investigación avanzada:

[https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentacion/es/Entrevista_\(trabajo\).pdf](https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentacion/es/Entrevista_(trabajo).pdf)

Pérez McCollum, D. (Julio de 2016). Entrevista para David Pérez McCollum.

(A. Rivera, Entrevistador)

Universidad Casa Grande (2008) Modelo pedagógico UCG. Guayaquil: S/E.

Recuperado el 11 de Noviembre de 2016

http://www.casagrande.edu.ec/download/biblioteca/Documentos_Institucionales/modelo%20pedagogico%20UCG.pdf

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1: Formato entrevistas semiestructuradas

Entrevista para Auspiciantes

Nombre:

Cargo:

Empresa:

- 1.- ¿Estuvo satisfecho por la exposición de su marca en el evento? ¿Por qué?
- 2.- ¿Se le mantuvo al tanto de la realización del evento?
- 3.- ¿Qué le motivo a participar en el evento?
- 4.- ¿Dónde le hubiera gustado exponer su marca?
- 5.- ¿Qué otro beneficio le hubiera agregado al paquete de auspicios?
- 6.- Generalmente ¿Qué parámetros considera para aprobar el auspicio o el soporte a este tipo de proyectos? ¿Por qué?
- 7.- ¿Considera que los planes de auspicios ofertados por GYEARTE cumplieron a cabalidad sus parámetros? ¿Cuáles serían sus recomendaciones?

Entrevista para Gerentes, Propietarios, Profesionales de Marketing, Relaciones Públicas

Nombre:

Cargo:

Empresa:

1. ¿Cómo se enteró de nuestro proyecto?
2. ¿Encontró fácil de entender la información proporcionada?

3. ¿Considera que los planes de auspicio ofertados, cubren los beneficios que promete?
4. ¿Qué parámetros considera para aprobar el auspicio o el soporte a este tipo de proyectos?
5. ¿Por qué motivo no aceptó o no hubiese aceptado la propuesta del plan de auspicios?
6. ¿Qué sugerencias o recomendaciones tendría para este plan de auspicios?

Anexo 2: Entrevistas a auspiciantes

Nombre: Juliana Franco

Cargo: Jefe de Marca Juan Valdéz Café

Empresa: Juan Valdez Café / Grupo KFC

1.- ¿Estuvo satisfecho por la exposición de su marca en el evento? ¿Por qué?

Muy satisfecha, se dio a degustar nuestro producto y tuvimos una buena presencia de marca. Guayaquil, donde tenemos una competencia fuerte como lo es Sweet and Coffee es muy importante diferenciarse, especialmente en eventos como el que se ha dado. Tengo entendido por la persona que encargamos el manejo del carrito de degustación que al menos unas 200 personas probaron el producto.

2.- ¿Se le mantuvo al tanto de la realización del evento?

Se nos mantuvo al tanto e incluso hubo invitación a la asistencia del evento, pero no me fue posible asistir. La persona encargada de la coordinación de auspicios me mantuvo al tanto de los sucesos que se dieron en antes y durante el evento más sus resultados.

3.- ¿Qué le motivo a participar en el evento?

La expansión de nuestra marca, también el incentivar la cultura y el arte en la ciudad. Hay muchos artistas que necesitan apoyo y qué mejor que el proyecto que han impulsado para darlos a conocer.

4.- ¿Dónde le hubiera gustado exponer su marca?

Creo que donde se expuso –en la parte del bar con nuestro carrito de degustación- el *backing* y la presencia en su página web y en redes sociales estuvo bien. Aunque si me hubiese gustado ver la marca en la universidad también.

5.- ¿Qué otro beneficio le hubiera agregado al paquete de auspicios?

Si no hubiese sido por los valores, quizá hubiese solicitado más activaciones como BTL, o más afiches en sitios estratégicos, pero esto es arte, así que el nicho es más pequeño y específico.

6.- Generalmente ¿Qué parámetros considera para aprobar el auspicio o el soporte a este tipo de proyectos? ¿Por qué?

Puntualidad, veracidad, presentación, presupuesto y confianza. Hay muchas propuestas que esperan ser aprobadas a la primera, en el menor tiempo posible. Con la situación actual del país, casi todas las empresas han realizado recortes de publicidad y afines, por ello no se podía por mucho que se hubiese querido financiar proyectos más ambiciosos o costosos, creo que no solo yo me hubiese negado a la primera. Además de que hay un reglamento interno que cumplir para la previa aprobación para otorgar auspicios.

7.- ¿Considera que los planes de auspicios ofertados por GYEARTE cumplieron a cabalidad sus parámetros? ¿Cuáles serían sus recomendaciones?

Si, se ha cumplido lo que se ha ofertado, son paquetes económicos de hecho para este tipo de eventos, no hubo rivalidad de marcas. Lo que si recomiendo es que la entrega de propuestas sea con anticipación para evitar demora en los trámites. Y si se puede hacer sin intervención de terceros creo que sería mucho mejor.

Nombre: Claudia Núñez

Cargo: Brand Manager Regional en Tesalia CBC

Empresa: Gütig / The Tesalia Springs Co.

1.- ¿Estuvo satisfecho por la exposición de su marca en el evento? ¿Por qué?

Sí, estamos satisfechos. Estuvo prolijo y elegante. Tal como se espera se exhiba nuestra marca. La mitad de los asistentes fijo tuvo en sus manos nuestro producto también. Además de que este se complementa muy bien con el objetivo del evento. Hubo demanda de mayor degustación tengo entendido.

2.- ¿Se le mantuvo al tanto de la realización del evento?

Por supuesto, la coordinadora de auspicios me ha mantenido al tanto, respondía mis correos a la brevedad y estuvo en todo momento pendiente de cada papel y solicitud que se acordaba en entregar.

3.- ¿Qué le motivo a participar en el evento?

El banco de artistas que manejaron para el evento “Tránsito 82-16”, Güitig tiene un proyecto a futuro para trabajarlo con artistas de la ciudad, por lo que estar en contacto con ellos fue importante para nosotros.

4.- ¿Dónde le hubiera gustado exponer su marca?

Creo que la presencia en el bar del lugar, las redes sociales y el *backing* estaban bien. Fue lo que se nos ofertó y se cumplió.

5.- ¿Qué otro beneficio le hubiera agregado al paquete de auspicios?

Ningún otro, para mí era más que suficiente con respecto a los precios.

6.- Generalmente ¿Qué parámetros considera para aprobar el auspicio o el soporte a este tipo de proyectos? ¿Por qué?

Veracidad, presupuesto, gráfica y beneficios. El proyecto presentado por ustedes tiene el aval de la Universidad Casa Grande, por lo que el evento se daría a menos que pasara algo de fuerza mayor. El presupuesto que se discutió dentro del plan era conciso, la gráfica era clara, como para este tipo de eventos, sin opacar al resto y los beneficios se cumplieron como estaban previstos.

7.- ¿Considera que los planes de auspicios ofertados por GYEARTE cumplieron a cabalidad sus parámetros? ¿Cuáles serían sus recomendaciones?

Si los han cumplido, pero yo recomiendo que se empiece las negociaciones con mayor anticipación por el cierre de presupuestos para marketing, tomando en cuenta la crisis que viene arrastrando las ventas en el

país, por ende se deben recortar recursos. Han manejado muy bien los paquetes con respecto a lo que esto incluía.

Anexo 3: Entrevistas a gerentes, coordinadores de marketing y relaciones públicas

Nombre: Andrés Florencia Cruz

Cargo: Coordinador de Marketing

Empresa: Almacenes DePrati

1. ¿Cómo se enteró de nuestro proyecto?

Me llegó un correo con la presentación del proyecto, después recibí una llamada de la coordinadora de auspicios para explicarme sobre el proyecto y el evento que se pretendía realizar.

2. ¿Encontró fácil de entender la información proporcionada?

Bastante simple, pensaba que esto como era eso de arte iba a ser más complejo, pero fue entendible, sí, pero gracias a que hubo una aclaración.

3. ¿Considera que los planes de auspicio ofertados, cubren los beneficios que promete?

Sí, es un plan sencillo, pero sustancioso. Fácil de cumplir para ambas partes, porque lo de redes sociales y página web ellos lo tienen, son jóvenes y les es fácil de manejar. Nosotros de estar en otro tiempo, en otra situación, también se nos haría sencillo de cumplir.

4. ¿Qué parámetros considera para aprobar el auspicio o el soporte a este tipo de proyectos?

Pues, debe tener un aval, algo o alguien que lo respalde generalmente para ver si este proyecto se va a cumplir, la puntualidad en la atención y la presentación de la información porque los presupuestos para mercadeo cierran pronto en el año. Una presentación pulcra y sustentada en estudios recientes... Y resumida, sí, porque no hay tiempo para estar revisando de forma minuciosa textos o presentaciones muy largas.

5. ¿Por qué motivo no aceptó o no hubiese aceptado la propuesta del plan de auspicios?

El motivo por el que no acepté fue el cierre y reducción de presupuesto por parte del área financiera. Por ende aunque nos hubiese gustado aportar al proyecto, no nos hubiese sido posible. Además de que no teníamos posibilidad, por nuestra parte de siquiera hacer canje.

6. ¿Qué sugerencias o recomendaciones tendría para este plan de auspicios?

Pues no tendría sugerencias, sino más bien esperar que la situación del país mejore para que proyectos como el de ustedes no se vayan a quedar estancados.

Nombre: María Verónica Sandoval

Cargo: Propietaria y gerente

Empresa: Jiro-Sushi

1. ¿Cómo se enteró de nuestro proyecto?

Me lo comentó la coordinadora de auspicios en una visita al local, además me pasó el plan e información adicional por correo electrónico.

2. ¿Encontró fácil de entender la información proporcionada?

Bastante comprensible, buena redacción y una línea gráfica bastante...
¿Minimalista? Permite apreciar otros detalles. Se entendió la propuesta y los objetivos del proyecto presentado.

3. ¿Considera que los planes de auspicio ofertados, cubren los beneficios que promete?

Parecen cubrir lo que prometían, nos mostrábamos interesados en el paquete básico etiqueta. Ya que somos un restaurante, nos interesa mucho la publicidad por redes sociales más que nada.

4. ¿Qué parámetros considera para aprobar el auspicio o el soporte a este tipo de proyectos?

Pues de momento por las ventas que hemos tenido, pues el precio y los beneficios que otorga ser auspiciante, el target al que va dirigido, el aval, certificación o seguridad de que lo planteado se va a realizar.

5. ¿Por qué motivo no aceptó o no hubiese aceptado la propuesta del plan de auspicios?

Pues, después de conversarlo con mi socia y revisando nuestra contabilidad, nos era difícil aceptar el auspicio, así fuese con canje. Nos hubiese interesado hacerlo por canje porque parte de la cocina japonesa se basa en el arte y enseñanza de su cultura.

6. ¿Qué sugerencias o recomendaciones tendría para este plan de auspicios?

Pues, no ninguna, el plan y el servicio estaban bien estructurados, quizá para una próxima oportunidad que se pueda participar con ustedes.

Nombre: Víctor Vallejo

Cargo: Coordinador de marketing

Empresa: Dinners Club del Ecuador

1. ¿Cómo se enteró de nuestro proyecto?

Una señorita me presentó el proyecto al contactarme primero vía telefónica, me dio detalle a modo general del proyecto. Le di mi correo para que me enviase la información detallada para estudiarla.

2. ¿Encontró fácil de entender la información proporcionada?

Relativamente sencillo, indicaba lo que se iba a realizar, que era la muestra de arte que a su vez serviría para relanzar una página web de arte contemporáneo.

3. ¿Considera que los planes de auspicio ofertados, cubren los beneficios que promete?

Si, podría ser que los cumpliera, los avala una buena universidad, es un proyecto de grado, así que el proyecto podría darse. Si ellos son los que manejan las redes y el sitio web, no veo porqué no cubrirían al menos el paquete mínimo.

4. ¿Qué parámetros considera para aprobar el auspicio o el soporte a este tipo de proyectos?

Pues, el aval y el presupuesto, la presentación concisa y específica del proyecto y sus requerimientos. También debe cumplir los requerimientos del reglamento interno de auspicios de la empresa.

5. ¿Por qué motivo no aceptó o no hubiese aceptado la propuesta del plan de auspicios?

Tenemos cerrados nuestros presupuestos de mercadeo hasta el próximo año.

6. ¿Qué sugerencias o recomendaciones tendría para este plan de auspicios?

Pues es una muestra de arte, a pesar de tomar una línea gráfica minimalista, hubiese quedado mejor si al menos fuesen más creativos con los

nombres de los paquetes de auspicios, algo que vaya relacionado a su tema, como Representante, Patrocinador y Mecenazgo, no sé, algo así, o incluso más innovador.

Anexo 4: Modelo de carta para solicitud de auspicio



Guayaquil, 14 de Julio del 2016

Lcda.
Claudia Núñez
Brand Manager Regional
Tesalia CBC
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Por medio de la presente deseamos extenderle un cálido saludo y presentarle nuestro proyecto. Somos alumnos egresados de la Universidad Casa Grande y estamos realizando el proyecto de aplicación profesional GYE ARTE 2016 - Segunda Edición. Este pretende visibilizar el campo del arte contemporáneo y todos sus actores desde distintos puntos de acción. Mediante el uso de herramientas como una plataforma web, una muestra de arte contemporáneo y la colección de arte contemporáneo que dejaremos en Universidad Casa Grande, generaremos espacios de diálogo en la ciudad de Guayaquil. Sobre todo, nos motiva que esta historia actualmente no está a disposición del público y esa es nuestra misión.

En cuanto a la muestra de arte contemporáneo, esta tiene como nombre Tránsito 82-16. Esperamos contar con la participación de más de 50 artistas de la ciudad de Guayaquil que producen arte contemporáneo desde 1980 hasta la actualidad. Los artistas donarán su obra y entre los que nos han confirmado su participación constan Xavier Patiño, Pamela Hurtado, Roberto Noboa, entre otros. De contar con su apoyo, el evento llegará a ser una de las muestras colectivas de arte contemporáneo más grandes realizadas en la ciudad de Guayaquil, demostrando así que en la ciudad hay cultura y movimientos artísticos que esperan ser reconocidos.

La inauguración se llevará a cabo en la Galería DPM, ubicada en Circunvalación Sur 111 y Víctor Emilio Estrada (frente al parque de Urdesa), el 12 de octubre del presente año, desde las 19H00.



**Universidad
Casa Grande**

Es de nuestro total interés que todos se sumen a este proyecto cultural, para lo cual solicitamos su colaboración en la recaudación de fondos, sean estos dados por canje o en efectivo. Este es un proyecto sin fines de lucro, que consideramos un aporte para la historia, el arte y la cultura que se desarrolla en la ciudad de Guayaquil.

Adjuntamos el plan de auspicios que ofrecemos. Estamos a su disposición para conversar cualquier detalle adicional a la propuesta aquí incluida.

Nos despedimos agradeciendo su atención y esperando que podamos contar con su apoyo en el proyecto de GYE ARTE 2016 - Segunda Edición.

Saludos cordiales,

Solange Del Pozo

Coordinadora de Auspicios

0986758038

maria.delpozo@casagrande.edu.ec

GYEARTE

www.casagrande.edu.ec

Anexo 5: Planes de auspicio GYEARTE 2016



Planes de Auspicios

BENEFICIOS	ETIQUETA	COUTURE	PREMIUM COUTURE
Mención en R.R.S.S. GYE ARTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presencia en Página Web GYE ARTE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presencia en Backing		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presencia de Marca en evento		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presencia de Marca en Presentaciones		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presencia de Marca en Postales			<input type="checkbox"/>
Mención Especial en el Lanzamiento			<input type="checkbox"/>
Mención Especial en Presentaciones			<input type="checkbox"/>
Precio	\$150	\$300	\$550

***DESCRIPCIÓN DE BENEFICIOS**

Lanzamiento: Evento de lanzamiento de la página web en la galería DPM.

Presentaciones: Presentaciones oficiales de GYE ARTE de cualquier índole durante el 2016.

Anexo 6: Horas Hombre

GYEARTE 2016

Días Laborables	125
Meses de trabajo	Mayo-Octubre
Días laborables por mes	21
Horas laborales por mes	167
Horas de trabajo diario	8

Solange Del Pozo					
Tareas	Sueldo*	Horas de trabajo	Personal necesario	Costo hora	Valor total actividad
Elaboracion de presupuestos	\$ 380,75	65	0,39	2,28	\$ 148,49
Coordinacion de auspicios y financiamiento	\$ 377,53	102	0,61	2,27	\$ 231,05
Coordinación evento (logística)	\$ 372,48	78	0,468	2,23	\$ 174,32
Total		245	1,47		\$ 553,86

Jorge Egas					
Tareas	Sueldo*	Horas de trabajo	Personal necesario	Costo hora	Valor total actividad
Programación y manejo de entorno digital	\$ 393,49	100	0,60	2,36	\$ 236,09
Edición de contenido audiovisual	\$ 516,91	382	2,29	3,10	\$1.184,76
Manejo de Equipos Multimedia	\$ 493,23	64	0,38	2,96	\$ 189,40
Total		546	3,28		\$1.610,25

Irina Patiño					
Tareas	Sueldo*	Horas de trabajo	Personal necesario	Costo hora	Valor total actividad
Coordinación Evento (logística)	\$ 372,48	55	0,33	2,23	\$ 122,92
Coordinación Artistas (contacto y obras)	\$ 377,53	170	1,02	2,27	\$ 385,08
Recolección, cuidado y manejo de obras para la m	\$ 377,53	105	0,63	2,27	\$ 237,84
Total		330	1,98		\$ 745,84

Ana Rivera					
Tareas	Sueldo*	Horas de trabajo	Personal necesario	Costo hora	Valor total actividad
Revisión editorial del contenido para el entorno d	\$ 733,20	109	0,65	4,40	\$ 479,51
Entrevistadora	\$ 733,20	104	0,62	4,40	\$ 457,52
Investigación para contenido del entorno digital	\$ 493,23	210	1,26	2,96	\$ 621,47
Total		423	2,54		\$1.558,50

Danitza Ycaza					
Tareas	Sueldo*	Horas de trabajo	Personal necesario	Costo hora	Valor total actividad
Diseño de piezas/artes y kit promocional	\$ 516,91	60	0,36	3,10	\$ 186,09
Imagen de GYEARTE 2016	\$ 377,53	75	0,45	2,27	\$ 169,89
Manejo de contenido de redes	\$ 377,53	51	0,31	2,27	\$ 115,52
Rediseño del entorno digital	\$ 393,49	75	0,45	2,36	\$ 177,07
Total		201	1,21		\$ 462,48
TOTAL		1805	10,83	43,72	\$5.117,03

Anexo 7: Fragmento tabla de salarios mínimos sectoriales Ecuador 2016

FRAGMENTO: TABLA DE SALARIOS MINIMOS SECTORIALES ECUADOR 2016					
CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MÍNIMO SECTORIAL 2016	MIEMBRO CORRESPONDIENTE
SUPERVISOR O COORDINADOR EVENTOS	B2		1608552090375	372,48	IRINA, SOLANGE
ESPECIALISTA FUNCIONAL	C1	INCLUYE: IMPLEMENTADOR DE SOLUCIONES (SOFTWARE ESPECIALIZADO)	1210000000006	393,49	JORGE, DANITZA
PUBLICISTA	C2	Incluye: Creativo	1920000000044	377,53	DANITZA, IRINA
RELACIONADOR PÚBLICO	C2		1920000000017	377,53	IRINA, SOLANGE
EGRESADO DE PERIODISTA/COMUNICADOR SOCIAL	C1		2215922000109	733,20	ANA
EDITOR	B2	Categoría Producción Varios	2215921309020	516,31	JORGE, DANITZA
CAMARÓGRAFO / FOTÓGRAFO	C1	De Radio y Televisión	2215921309038	493,23	JORGE
INVESTIGADOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL	C1	Categoría Producción Noticiero. Incluye: Documentarista	2215921309043	493,23	ANA
COORDINADOR / AFINES	B3		1930000000011	380,75	IRINA, SOLANGE

Fuente: Diario el Telégrafo <http://www.eltelegrafo.com.ec/images/cms/DocumentosPDF/2016/Tablas-Salarios-minimos-sectoriales-2016-.pdf>

Elaboración: Autores

Anexo 8: Cuadro de Ingresos GYEARTE 2016

AUSPICIOS	
Descripción	Valor
Tesalia CBC / Gütig	\$450,00
Grupo KFC / Juan Valdez	\$350,00
Consultora Legal Del Pozo	\$150,00
Serlosid S.A.	\$150,00
Total	\$1.100,00
INVERSION PERSONAL	
Página web y <i>timeline</i>	\$211,00
Viáticos y movilizaciones	\$500,00
Rifas	\$30,00
Total	\$741,00
ACTIVIDADES PARA FINANCIAMIENTO	
Ana	\$200,00
Danitza	\$200,00
Irina	\$200,00
Jorge	\$200,00
Solange	\$200,00
Total	\$1.000,00
Ingresos totales	\$2.841,00

Anexo 9: Listado de posibles auspiciante

1. Agencia Paradais
2. Alianza Francesa de Guayaquil
3. Almacenes DePrati
4. AmBev Ecuador
5. Banco del Pacífico
6. Banco del Pichincha/ Dinners Club del Ecuador
7. Cerveza artesanal Los Andes
8. Chacon Impresiones
9. Consultor Independiente Del Pozo
10. El Café del Cangrejo
11. El Altillo
12. Galería DPM
13. Grupo KFC / Juan Valdez Café
14. Grupo Vistazo
15. Hard Music Café
16. Hotel Galería Man Jing
17. Jiro-Sushi
18. La Pizarra
19. M.I. Municipalidad de Guayaquil
20. MonoGoloso
21. Muégano Teatro
22. Pop-Up café
23. Prefectura del Guayas
24. Productora Cactus Films

25. SABMiller/ Miller y MDG
26. Serenity Bookstore
27. Serlosid S.A.
28. Tesalia CBC / Gütig
29. Tinta Café
30. Unilever del Ecuador / Magnum
31. Unión Vinícola del Litoral S.A.
32. Universidad Casa Grande

Anexo 10: Entrevista a Matilde Ampuero

A: Ana Rivera, M: Matilde Ampuero

A: ¿Quién es Matilde Ampuero?

M: Crítica de arte, investigadora y editora, con amplia experiencia en gestión y difusión de productos culturales. Por cinco años responsable de los proyectos digitales del Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo, MAAC de Guayaquil, Ecuador (exposiciones; websites; sala de artes digitales). Actualmente trabaja en la elaboración y desarrollo de proyectos culturales para distintas personas e instituciones; edita contenidos y desarrolla portales y blogs culturales. Con regularidad realiza crítica de arte y hace curadurías nacionales e internacionales. Se interesa y ha trabajado en casi todas las disciplinas y expresiones culturales, desde las artes visuales, pasando por la música académica y la literatura. Considera su mayor virtud el amor y respeto que guarda por el arte en general y por los valores culturales de su país en particular.

A: Desde su punto de vista, como miembro del círculo interesado en el arte, ¿qué es para usted el arte contemporáneo? ¿cómo lo define? ¿es un movimiento, una tendencia, una época?

M: El arte contemporáneo es el término que define una época donde se amplía el concepto del arte. A las técnicas tradicionales de la modernidad, pintura y escultura, se le unen propuestas conceptuales y soportes diversos (para las obras), que van desde el cuerpo (performance, activismo, arte acción) hasta la web (art-net). Este concepto ampliado del arte se inicia a principios de siglo veinte, no significó para los artistas, únicamente, salirse de la pintura, sino cuestionarse la idea misma del arte (Duchamp y su urinario). A las propuestas de estos disidentes les siguieron planteamientos teóricos que analizaron y argumentaron el hecho artístico, hasta que finalmente se institucionalizó el término, se fundaron museos de arte contemporáneo y se crearon los circuitos internacionales que legitiman a los artistas y comercialización sus obras, es decir, el sistema terminó incorporando al arte y sus pretensiones de permanecer en espacios de disidencia.

A: ¿Cómo se originó en Guayaquil?

M: Posiblemente se originó con la generación de artistas de los años ochenta, específicamente en Guayaquil con los artistas del grupo La Artefactoría, quienes se salieron de la norma moderna, de los planteamientos pictóricos que los obligaban a la “búsqueda de sus raíces” y al encuentro con una “identidad ecuatoriana”. Al inicio, Jorge Velarde, Marcos Restrepo, Flavio Álava y Xavier Patiño, alumnos del colegio de Bellas Artes “Carlos Luis Plaza”, alquilaron un taller en el sur de la ciudad y juntos elaboraron reflexiones pictóricas muy alejadas de las exigencias de la época: costumbrismo, realismo social, indigenismo, expresionismo, su inclinación más bien se iba por la cotidianidad, lo urbano, la ciudad como tema, y una búsqueda del virtuosismo en la pintura bajo planteamientos visuales más apegados a lo popular que al realismo, propiamente dicho; como pintores incursionaron en el simbolismo, lo real maravilloso, lo monstruoso y la pintura metafísica. Considero que el arte contemporáneo en GYE se inicia en los tempranos ochenta, una vez que el crítico Juan Castro agrupara a los miembros de La Artefactoría; fue fundamental la experiencia de trabajar en colectivo y su unión con los artistas Paco Cuesta y Marco Alvarado, cuyos planteamientos se acercaban más al arte conceptual (la instalación, el arte objeto) que a la pintura.

A: ¿Cómo fue la acogida, desde el público, del arte contemporáneo en Guayaquil?

M: Con mucha desconfianza, creo que no hubo ninguna acogida: fueron rechazados en los salones nacionales; no vendían sus obras; eran tratados como “chicos”, con la carga peyorativa que tiene la palabra, algo así como “chicos locos”.

A: ¿Cómo cree que se debe estudiar el arte contemporáneo en Guayaquil? ¿Por décadas, por momentos, por personajes clave?

M: ¿Se estudia? No creo que haya una cátedra que se acerque históricamente al momento, la verdad. Ni siquiera hay posibilidades de realizar una investigación, no hay fondos o estos son negados continuamente desde el mismo Estado, que en este momento es manejado por autoridades que se se han encargado de invisibilizar a los artistas, por distintos motivos, entre ellos el regionalismo y la ignorancia.

A: Nombre a los artistas/colectivos que a su parecer destacaron dentro de Guayaquil en el origen y principios del desarrollo del arte contemporáneo. ¿Por qué?

M: Colectivos: La *Artefactoría* y La Limpia. Artistas: la realización individual de cada uno de los integrantes de ambos grupos.

A: ¿Cuál considera usted la obra más importante de arte contemporáneo guayaquileño?

M; Creo que el conjunto de obras que hicieron los artistas de La *Artefactoría* en su segunda etapa: 1986-1989, sus obras daban respuesta a la problemática histórica y social de la época; algunas de las obras realizadas por el artista Marco Alvarado a lo largo de su carrera, entre ellas Proyecto Bolívar y Monstruos es que somos.

A: ¿Ha escrito textos sobre el tema? ¿cuáles?

M: Críticas sobre las obras presentadas en salones nacionales; textos para catálogos de artistas; textos curatoriales, etc.

A: ¿Estos textos están archivados? ¿Están a disposición del público?

M: Están en la Biblioteca del MAAC y en la web:

<https://sorjuanaproducciones.com/revista-el-buho/>

<https://marcoalvaradomonstruos.blogspot.com/>

<http://proyectobolivarecuador.blogspot.com/>

A: ¿Cuál es el texto más polémico/controversial que ha escrito? Que más crítica ha tenido.

<http://www.eluniverso.com/2010/01/16/1/1380/muestra-arte-playlist-sintoma-termometro.html>

M: He tratado de promover la autocrítica, y eso me trajo muchos problemas en su momento, actualmente no escribo mucho sobre arte contemporáneo, creo que los jóvenes están repitiendo a sus maestros; no he visto nada que me interese hace mucho tiempo, ni siquiera algo que me interese criticar, el arte contemporáneo es muchas veces un continuo bis.

Anexo 11: Entrevista a David Pérez McCollum

A: Ana Rivera, D: David Pérez-MacCollum

A: ¿Quién es David Pérez-MacCollum y DPM?

D: David Pérez-MacCollum es un entusiasta del arte. Me inicié como coleccionista y lo que me mantiene vivo en esto es ese sentir coleccionista. Después el tema de la galería es la parte formal de llevar el espacio, la propuesta es la obra y los autores de mi interés personal, versus una galería donde se tiene un olfato más comercial, se proponen cosas que van en la onda para poder justificar el espacio. Yo trabajo de manera de interés personal para que se concrete y poder manejar el espacio.

A: ¿Cuál es el propósito del interés personal o los criterios?

D: Coleccionismo de arte contemporáneo.

A: ¿Qué es el arte contemporáneo para usted y en el contexto ecuatoriano?

D: Es un término muy abierto, sabemos que no hay una tendencia en el arte contemporáneo. El arte contemporáneo es una producción masiva, ecléctica si queremos ponerlo así y tan diversa que todavía no ha recorrido lo suficiente como para tal vez definir este periodo o decir en este periodo queda esto. Ahorita hay demasiado pero así mismo como en el tema de la música o la economía, es lo que te da clic dentro del arte contemporáneo y a medida que ves más o haz recorrido más, tiendes a equivocarte menos, y como que te hace clic decir este es más que el de acá porque ya estás metido en ese pozo. Han habido situaciones, por ejemplo, hay un artista acá en la galería que la gente

decía “que hace es aquí”, no la gente pero la gente especializada del medio y bueno pasa el tiempo y esa personas dicen “bueno si”. No es porque tienen en el ojo una bolita mágica, así mismo uno dice este no me interesa luego pasa el tiempo y dice “uy este se me paso”. Este que es lo que te hace clic dentro del arte contemporáneo y obviamente es demasiado fácil descartar lo que no es parte de tu tiempo y que no te proyecta, ni te dice algo. Lo que sí me diga algo de mi tiempo, me proyecte y me lleve más allá es efectivo. Hay un proceso de recorrido, hay un conocimiento de lectura, de revisión; por ejemplo nos ponemos una música el “cha-cha-cha” era de los 50s osea tu lo puedes escuchar hoy pero si le dan otro swing puede ser que agarre pero el tradicional es de otro tiempo, entonces así mismo es el arte tu ves una pintura y ves que esto no obedece a mi tiempo, ni me dice nada o sí y recoge restos del pasado, ya que nada sale de la nada. Recoge estos tonos como referente y crea una propuesta nueva,

A: ¿DPM cuántos años tiene?

D: La galería tiene este julio cumplimos 27 años.

A: ¿En esos 27 años han sido con los mismos artistas o han cambiado?

D: Han cambiado muchos. Trabajé con Roberto Noboa por 18, con Roberto somos amigos. Tal vez ahorita el artista que menos tiempo lleva con nosotros puede ser Raymundo Valdez, aunque son los más nuevos ya tiene 4 años

A: ¿Quién fue el primer artista o colectivo?

D: Bueno la galería se inauguró con un colectivo de muchos autores, finalmente si uno lo ve en el tiempo lo que hice fue un bazar, puse a Solange

Franco y creo que también tenía a Marcos Restrepo. Pero la primera muestra individual fue Lu Modernita y Carlo.

A: ¿Cuándo se especializó en arte contemporáneo?

D: Coincide un poco con el cambio de nombre, cuando empezó se llamaba “Expresiones Galeria de Arte”, si tuvieras el brochure las letras eran muy grandes tipo con un arco-iris de colores, Expresiones Galeria de Arte hizo un híbrido con arte contemporáneo con mi nombre abajo, luego mutó a David Perez-MacCollum Arte Contemporáneo y luego en el año 2000 lo abrevie cuando me cambie a este espacio físico y más o menos bajo la misma fecha le puse DPM. Yo te diría que eso es cuando tenía conciencia de que era específicamente de arte contemporáneo. Del 89 hasta el 2000 también hubieron cambios, por ejemplo había hecho muestras de Noe que no es considerado un contemporáneo desde el punto de vista de lo contemporáneo pero para mí hay unas obras por ahí que sí fueron contemporáneas; pero hay cierta carga de perjuicio debido a de donde viene. Ya había expuesto conmigo Duklos, Carlos C... que son artistas sumamente contemporáneos, Luis Gonzales Espalma también había expuesto Luis Andrés Serrano, el americano, el fotógrafo. Coordinamos con una galería de New York Paula..... No es que sale el sol y ya es contemporáneo, es una transición. Para los fines del 90s yo estaba en contemporáneos pero en el 2000 se puso el letrero, cambio de espacio y una especialización.

A: ¿Respecto a eso, más allá de la transición que vivió DPM qué piensa de la transición que hubo en el arte contemporáneo en Guayaquil?

D: El arte contemporáneo como colectivo lo marcó “La Limpia” y lo que rompió con el moderno fue “El Artefactoría”. El Artefactoría marcó un antes y un después dejando atrás el moderno y empezó la nueva era pero como contemporáneo puro yo diría el siguiente colectivo.

A: ¿Cómo describirías al arte contemporáneo en los años 80 y 90? Otras galerías / otras competencias?

D: En los 80 yo no tenía galería pero las visitaba, yo abrí mi galería en el 89 como quien diría soy del 90 para acá. Guayaquil estaba lleno de tiendas llamadas galerías porque realmente ser galería no significa solo tener cuadros adentro sino tener un orden, planteamiento, propuesta y un espacio profesional hablando también de la ética de autores; antes todo era más informal. El artista exhibía en la galería Gala, pasaban tres o cuatro meses y pasaba a otra galería aquí en urdesa, saltaban de una galería a otra y las marquerías también se llamaban galerías. La prensa no discriminaba hasta el día de hoy sabemos que hay muy poco periodismo especializado para entonces. Los críticos de arte y los periodistas culturales que no tienen criterio artístico, eran personas no especializadas que cojian a cargo esto que estaba abandonado y se hacían como hitos de la cultura periodística, entonces imagina la crítico del arte. Los artistas circulaban por todos lados entonces si había muchas galerías. Para mediados de los 90s, con la caída del Banco Continental, eso marca un desbalance en la economía del país y con eso se fue hundiendo, ya que esta caída fue un acto muy importante y se sabía que el país no estaba tan bien. Poco a poco para fines de los 90s Guayaquil ya no tenía galerías, a tal punto que cuando yo inaugure esto en el año 2000, obviamente tuve que invertir, era una locura, se

había caído el sucre, la crisis de bancos, entonces por todo ese tiempo en el 2000, también apareció NoMiNIMO hemos sido las únicas galerías. Si tú me dices también está Mirko Rodic yo te diría, sí tiene un espacio que vende cuadros pero no sabría si llamarlo galería de arte contemporáneo. En la ciudad de Guayaquil somos dos galerías y en Quito desaparecieron hasta muy pocos años que apareció Viviana Viteri pero en Quito las más importantes se fueron y en Quito si había buen movimiento.

A: Actualmente dices que tampoco hay muchas galerías

D: Bueno en Guayaquil que yo conozca solo son NoMiNIMO y nosotros.

A: NoMiNIMO queda en Samborondon.

D: Bueno el gran Guayaquil jajaja, si municipalmente Samborondón ya es otra ciudad.

A: ¿A qué se debe eso que el círculo de artistas es muy chiquito?

D: Yo creo que esto se debe en una parte a que esto definitivamente no es un negocio, es una vocación. Y con una vocación como sobrevives y vives como un artista, el galerista por igual. Esto no es negocio por eso no hay más galerías y hay un tema cultural y tampoco se ha hecho suficientemente fashion como para que personas solventes aventuren por glamour; lo cual existe en otras ciudades con más mercado o con mejor estabilidad política/económica. Hay personas que aventuran, perdoname decirte pero personas de la generación de tu mamá para arriba o de mi mamá para arriba que no fueron profesionales al comienzo y que están solventes y hacen galerías porque es chévere; eso a sucedido mucho, en otros lugares lo hubiese ayudado a morir, no es facil la

cosa. La gente no sabe, sino es fashion no compra nada, a tal punto que los nuevos ricos tampoco compran. Lo que sí a habido, es el surgimiento de una generación de artistas que hacen el ITAE, sino esto no hubiera existido, y paralelamente un grupo de coleccionista de 40 o menos años, eso a nacido desde el 2005-2006. Y hablando de los coleccionistas que ayudan a que el artista no cambie de profesión porque todos tenemos que sobrevivir. Esta nueva generación de coleccionista venía dándose, como la situación política/económica por la que está pasando el ecuador se a apagado lo cual es normal.

A: ¿En general nos podrías explicar como este mercado de compra y venta de arte?

D: Ahorita se ha paralizado por la situación económica del país pero usualmente, desde el 2006 que te decía, hubo un interés y afortunadamente a habido una producción de artistas interesantes contemporáneos y funcionan a nivel de confianza. Yo diría que es un tema de confianza, dejar muy claro el camino que tu vas a andar y que tu vas a presentar ese artista. Me lo dicen siempre, por más que el valor sea pequeño o ando pensando siempre en el dinero pero pensiensas que se va a llevar a la casa algo que sea un valor, un crecimiento o una sostenibilidad cultural. Un valor intrínseco que sabe mantener los límites, como no siempre lo entiende, pero sabe que hay algo que le dice “me interesa”; cree en el espacio, es un tema de confianza. Se invierte en una muestra. Es como un atleta quiero ganarme la maratón salgo a entrenar. Un artista tiene que producir, hay un tema de confianza, si hay coleccionistas si se va a mover, si va a ser apreciado lo tuyo. Ellos confían que como espacio

cumplas con tu parte, que sea formalmente elevado. Porque anteriormente en los 80s y 90s había mucho bicicleteo. Bicicleteo, es término que lo usan las galerías cuando no pagan a tiempo, vendían el tercer cuadro y entonces le pagaban el primero. A mi me paso eso con un artista.

D: Esa informalidad que si bien es cierto se puede seguir dando, hay una consciencia por creación de una ética diferente, el artista hoy en día es mas profesional. A parte de ser profesional ser ético. Antes era la bohemia, el buen rato, la informalidad; de todo se da. Y el comerciante también pero todo eso a cambiado desde el año 2000 para acá es otra leva de gente con otro tipo de criterio.

A: ¿Nos podrías mencionar cuál es la obra de arte contemporánea más representante de Guayaquil o que mas a marcado a la ciudad de Guayaquil?

D: A la ciudad de Guayaquil, me haces pensar y tuve que analizar. Porque yo te puedo decir cual es la más interesante para mi. Para mi Guillermo Ceca Legos de Pablo Cardoso es una de las obras monumentales, una pieza de trescientas veinte unidades y llevar a cabo, si bien es cierto fue un oficio de artesanos pulcro pero con una acción y una propuesta totalmente contemporánea y avanzada. Para mí esa fue una de las obras que más me ha impactado. Ahora si tu dices Guayaquil y que tanto a Guayaquil le a interesado ver y que tanto Guayaquil a visto; pero la primera pregunta es la más importante que tanto a Guayaquil le a interesado ver eso le tienen que preguntar a ellos. Ahora también ustedes son una nueva generación que está realizando una tesis de arte, osea hay un relevo generacional.

A: ¿Alguna anécdota que nos pueda contar como galerista, divertida, curiosa?

D: Algo que marcó para mí un antes y un después que es la controversia que se dio cuando vinieron los llamados “los cubanos” a Ecuador, Lupe Álvarez y Saidel Brito. Lupe era contratada por el Banco Central para ser la curadora del nuevo museo y obviamente tenía que discernir que iba en el nuevo museo del viejo museo, como se hace una selección y se sintió ofendida porque habían muchos autores que eran principalmente de los padre criollos; eso a lo que yo llamo los impostores a nivel del arte, es un término un poquito fuerte pero va por ahí; pero si el medio lo permite por ahí va no. Entonces toda esta controversia que hasta los caricaturistas de la época, El Telégrafo era privado, quien yo respeto mucho excelente escritor, mando un artículo desde el sentido xenofóbico sobre que estos cubanos vienen acá y comienzan a . A mi me parece divertido porque se hizo una controversia a nivel de periódicos que ya se salía de la página cultural, sí que realmente los periódicos le han dado poca cabida a lo cultural no han sabido discernir que entra en la parte cultural y que no debería estar ahí; eso estaría lógico. Pero en esa época mas aun. No vas a esperar que un litoralista, quien habla sobre la corrupción, temas país económicos/políticos, trate sobre temas del arte. Tenían todo este rechazo a la curaduría de Lupe Alvarez. Toda esa controversia, para mi, hasta el día de hoy me divierte. Porque inclusive Saidel Brito hizo toda una serie de obras, que se llama “Habeas Corpus” que son imágenes tomadas de bocetos de Tábara de ciertos personajes de una manera académica; el los paso a tela. Ese que ves ahí es uno de ellos, es el retrato de un señor que Tábara hizo a nivel académico. Pero Saidel lo paso a lienzo y pero lo pintó con los dedos; él decía que parte de pintar con los dedos era porque tenía un conocimiento pero no un oficio.

A: ¿Cada cuánto tiempo exponen sus artistas en la galería?.

D: Usualmente tengo 10 muestras al año y a veces hemos tenido dos muestras en un mes porque siempre hay que apretarlo por pueden ser un poco espontáneas por no decir desordenadas, disculpa la explicación. Empecé a incluir a artistas de la universidad ITAE, que eso ya dejó de existir ahora es la universidad de las artes. Ya no es lo mismo veremos si esque se retoma, con el ITAE tenía mucha vinculación y le daba cabida a estudiantes. Me llamaba un artista, un profesor, y me decía hagamos la muestra de la clase proyecto cuatro. Usualmente hacemos 10 muestras al año, ahora no tengo ningun apuro de estar siempre con muestras. Este año va a ser de 7 a 8, pero usualmente a sido de 10.

A: ¿Qué tan importante es el coleccionismo para el mundo del arte?.

D: Indispensable o sino no existe. Es como una cadena, sin un eslabón deja de ser escalera. Lo curioso es que todavía hay círculos del arte que creen que vender es una mala palabra. Cuando un artista hace algo tangible o como ahora que estuve en Cuenca para la muestra de Pablo Cardoso. En especial en países nuestros latinoamericanos, que somos más románticos, el arte se veía como si tuviera un aura y no fuera para venderse. Es país siempre a sido de mentalidad más de izquierda.

A: ¿Considera usted que el objetivo de una galería es alentar al coleccionismo?

D: Asesorar, yo creo que ese es el fin. La galería a diferencia de un comercio perse, es un lugar que te asesora. Me a pasado ocasionalmente que hay personas que viene por el nombre o han escuchado de la galería porque salió en

el periódico, o porque alguien lo refiere. Para ellos ver algo tan extraño no lo digieren; yo les he dicho no compres, anda a las exposiciones. Acuérdate que no tiene que gustar pero ten ojo con la parte más refinada del arte que si está allí. Pero no compres hasta que estés seguro, porque tu no quieres que vaya una obra de un buen artista tuyo a un lugar que después termine perdiéndose. Lo importante es seguir haciendo muestras de la perspectiva de un artista y que sepas dónde está la obra. Es una valor cultural que se transfiere comercialmente pero no quieres que se pierda esa obra. Esa en más o menos la diferencia, quieres vender o especular, aquí hay una lista y hay un rango definido máximo de descuento porque o sino de que estamos hablando. Si algo vale 10 y luego lo sacas por 4 nunca costó 10, siempre fue 4. En el comercio antes las galerías especulaba más, cuando un artista exhibía en una galería escogía un cuadro para pagarse los costos. Nosotros rompimos porque toco el tiempo como le tocará a otros actualizarse e ir más adelante.

A: ¿Con tantas obras que se rodea ha pintado en algún momento?

D: No para nada, soy cero manualidades. Lo que sí hice una vez fue una propuesta 100% a mi criterio personal, se llamaba “placebo” en la cual me sustraje una boleta de votación, eso fue hace mucho tiempo, donde antes había 12 o 14 opciones presidenciales. La exposición se celebró aquí teníamos una televisión durante el cambio de mando presidencial, cambio de gobierno hacia Gutierrez. Sabes lo que es el placebo, cada que viene una elección presidencial hay una expectativa de cambio de mejora y sale nuevamente un presidente, poco a poco eso se va diluyendo. Esa fue una muestra mía, hasta ahí he llegado.

A: ¿El nicho del arte en el 2016, ya sabemos que va a ser un año difícil, menos muestras de las esperadas. Qué nos depara el resto del año y tal vez le próximo, especulando un poco?.

D: Yo creo que este pasajero también produce el efecto esperanza. Yo creo que aquí también se va a depurar la convicción de mantenerse y quienes no. No obstante sabemos que hay quienes tienen la convicción pero simplemente no puede mantenerse. Pero yo creo que se van a ir, con cada crisis se van aquellos que no tienen esa convicción, este año vamos a ver los artistas de sangre continuar y vendrán otros. Los coleccionistas están en pausa, ya cuando tengan la tranquilidad y esperanza, cuando ya se normalice tiempo veremos. Es como el virus, una vez que está en tu cuerpo viene el brote; ahorita están retirados por la economía y la expectativa política. Una vez que el panorama se aclare estos coleccionistas van a regresar y esto se va a reactivar.

Anexo 12: Fotografías del evento “Tránsito 82-16”



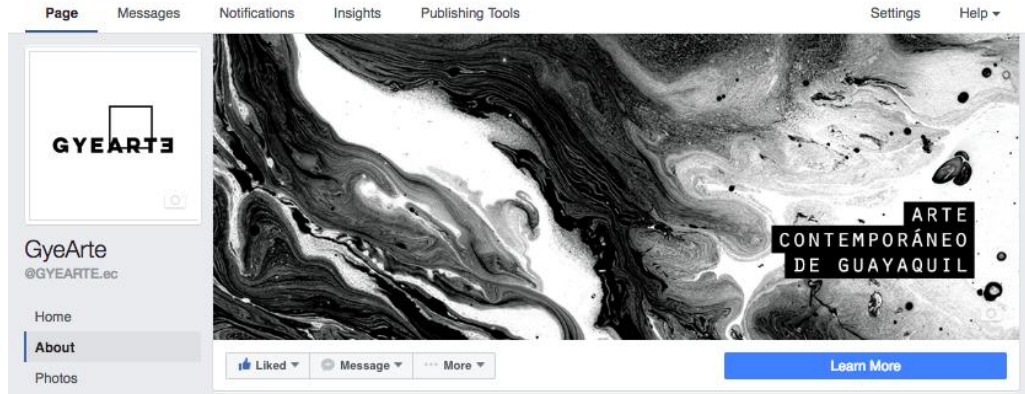






Anexo 13: Capturas de Pantalla Redes Sociales GYEARTE

Facebook





GyeArte

Published by Irina Patiño [?] · October 11 at 4:30pm · 🌐

¡Llegó el gran día! Hoy junto a la galería dpm, inauguramos 'Tránsito 82/16'. Una muestra que por primera vez, reúne a más de 50 artistas de distintas generaciones que han formado parte de la escena del arte contemporáneo en Guayaquil. Los esperamos a todos a las 19h00. #GYEARTE #Tránsito8216



852 people reached

Boost Post

Instagram



iamjotarias
Guayaquil, Ecu...

Siguiendo

1.629 Me gusta

4 sem

iamjotarias Recibí esta invitación de @GYEARTE esta noche exponen arte contemporáneo en @DPMGallery a las 19H00 están todos invitados! #Guayaquil

creacionesdjuls Aaaa yo quiero fotos @iamjotarias 🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔

dibujosdecristina @iamjotarias 🤔🤔🤔🤔🤔🤔

escueladelcomic 🙌🙌🙌🙌

iamjotarias @dibujosdecristina estas ah?

dibujosdecristina @iamjotarias 🤔

📄 Añade un comentario...



Anexo 14: Modelo de arte para auspiciantes y promocionales del entorno digital en sociales GYEARTE

Auspiciante



Promocionales



Anexo 15: Medios de prensa digitales

www.larepublica.ec/blog/cultura/2016/10/13/transito-8216-visualiza-arte-guayaquil-de-los-ultimos-30-anos/

Bookmarks Cheesecake de vainilla Aoba

La República

Ecuador. Viernes 11 de noviembre de 2016

Para buscar, escriba y luego presione la tecla Intro

PORTADA POLÍTICA OPINIÓN DEPORTES ECONOMÍA INTERNACIONAL GENTE CULTURA ENTRETENIMIENTO

VIDA Y ESTILO SOCIEDAD LIVESTREAM

Noticias de último minuto Con Todo Respeto #LibrExpresión La Tertulia 24/7 con Jorge Ortiz Estrenos del Cine Hashtag

Turcafé Minuto Cero República Deportiva Archivo YouTube Blogs Fútbol Ecuador Bolsa de trabajo Especiales

“Tránsito 82/16” visualiza arte en Guayaquil de los últimos 30 años

Publicado el Jueves 13 de octubre de 2016 en CULTURA



Publicidad



Redescubre lo que un teléfono puede hacer

Galaxy S7
Galaxy S7 edge

Lo quiero

expreso.ec

viernes, 11 noviembre 2016 14:25h. Última Actualización

ACTUALIDAD ECONOMÍA OPINIÓN MUNDO DEPORTES GUAYAQUIL VIVIR PERIÓDICO DIGITAL +SECCIONES

ARTE Y CULTURA

‘Tránsito 82/16’, un paseo a través de treinta años de arte

La exposición reúne piezas de realizadores de tres generaciones. El proyecto nació de un grupo de alumnos universitarios. Se exhibe en la galería DPM

MARIELLA TORANZOS / GUAYAQUIL / 13 OCT 2016 / 00:00



Martes, 11 Octubre 2016 00:00 CULTURA Visitas: 385

Muestra reúne a 50 artistas de diferentes generaciones

Redacción Cultura

Hoy, a modo de prefacio, el colectivo GYEARTE presenta Tránsito 82/16, una muestra que reúne a 50 artistas de distintas generaciones de Guayaquil.

Entre estos se encuentran Jorge Velarde, Larissa Marangoni, Roberto Noboa, Fernando Falconí, Sailde Brito, Jorge Morocho y Dennys Navas.

La iniciativa realiza esta muestra como parte del relanzamiento de la plataforma gyearte.ec. Desde la virtualidad pretende recopilar la historia del arte contemporáneo en la ciudad desde sus inicios, con la aparición del grupo Artefactoría.

En distintas secciones la plataforma tendrá archivos de prensa y una línea del tiempo sobre los sucesos que marcan esta historia.

La muestra se inaugurará hoy, a las 19:00, en la galería DPM, en Circunvalación Sur y Víctor Emilio Estrada. (I)

ENLACE CORTO <http://tinyurl.com/j7ov9lc>



Lectura estimada: 1 min
Contiene: 118 palabras

- Lo último de Redacción Cultura
- 5 millones de euros costó la biblioteca de Pierre Bergé
 - La Feria del Libro de Quito contará con 64 editoriales
 - Los Miserables inicia su nueva temporada en el Teatro

Anexo 16: Afiches y otros promocionales



