

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad De Especialidades Empresariales

Carrera De Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**Propuesta de un Programa de Desarrollo del Turismo Cultural a
través de la Música en la Ciudad de Guayaquil**

PRESENTADO POR:

José Reinaldo Murrieta Rosas

DIRECTOR DE TESIS:

Mgs. Martha Ventura Chancay

Guayaquil, Diciembre del 2012

Agradecimiento

A la música, al turismo, a mi imaginación por existir....

Dedicatoria

A todo aquel músico que no puedo vivir haciendo lo que más le gusta.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante MURRIETA ROSAS JOSE REINALDO como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS.**

Guayaquil, diciembre del año 2012

DIRECTOR DE TESIS



Lcda. Martha Ventura Chancay, Mgs

REVISOR DE CONTENIDO:


Econ. Shirley Segura Ronquillo, Mgs

REVISOR METODOLÓGICO:


Ing. José Medina Crespo, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA


Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

José Reinaldo Murrieta Rosas

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado "Propuesta de un Programa de Desarrollo del Turismo Cultural a través de la Música en la ciudad de Guayaquil.", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL O LA AUTOR(A)

José Reinaldo Murrieta Rosas



AUTORIZACIÓN

José Reinaldo Murrieta Rosas

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: "Propuesta de un Programa de Desarrollo del Turismo Cultural a través de la Música en la ciudad de Guayaquil", cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

EL O LA AUTOR(A)



José Reinaldo Murrieta Rosas

Índice General

Introducción	13
Planteamiento del Problema	15
Formulación	16
Variantes	16
Justificación	17
Objetivos del Proyecto	19
Objetivo General	19
Objetivos Específicos	19
Capítulo 1: Marco Teórico	20
1.2 Marco Referencial	24
1.3 Marco Conceptual	29
1.4 Marco Legal	31
Capítulo 2: Análisis del Entorno	36
2.1. Análisis comparativo	36
2.1.1 Importancia del desarrollo del Turismo Musical	36
2.2 Los factores negativos que inciden en el crecimiento cultural	42
2.2.1 <i>Contexto Local</i>	51
2.3 Turismo Musical Como Servicio	54
2.4 Localidades	56
2.4.1 Espacio No. 1	56
2.4.2 Espacio No. 2	57
2.4.3 Espacio No. 3	58
2.4.4 Espacio No. 4	59
2.4.5 Espacio No. 5	60
2.4.6 Espacio No. 6	61
2.4. 7 Espacio 7	62
2.5 Metodología	63
2.5.1 Métodos de Investigación	63
2.5.2 Enfoques de Investigación	63
2.5.3 Términos de Investigación	63

2.5.4 Tipos de Investigación	64
2.5.5 Enfoque/Cliente Potencial	64
2.5.6 Muestra para Poblaciones Infinitas.....	64
2.5.7 Cálculo de Muestra para Poblaciones Infinitas.....	65
2.5.8 Técnica de Muestreo.....	66
2.5.10 Técnicas de análisis de datos/información.....	70
2.6 Resultado Tabulación Encuestas	71
2.6.1 Pregunta Uno	71
2.6.2 Pregunta Dos.....	72
2.6.3 Pregunta Tres	73
2.6.4 Pregunta Cuatro	74
2.6.5 Pregunta Cinco.....	75
2.6.6 Pregunta Seis.....	76
2.6.7 Pregunta Siete	77
2.6.8 Pregunta Ocho.....	78
2.7 Análisis de Impactos del Proyecto de Titulación	79
2.7.1 <i>Impacto Social</i>	80
2.7.2 <i>Impacto Ambiental</i>	82
2.7.3 Impacto Económico	84
2.7.4 Impacto Cultural	85
2.8 Análisis F.O.DA. Del Turismo Cultural de la ciudad de Guayaquil.....	87
Capítulo 3: Desarrollo de la Propuesta	88
3.1 Actividades a Realizar para Beneficio del Programa de Desarrollo Cultural a través de la música	88
3.1.1 Realización de conciertos al aire libre en lugares estratégicos de la ciudad.	89
3.1.1.1 <i>¿Por qué se eligió la realización de Conciertos al Aire Libre por sobre Festivales Anuales Masivos?</i>	89
3.2 Promoción del programa en hoteles y agencias de viaje para que exista mayor difusión.....	91
3.2.1 Local	91
3.2.2 Extranjero.....	91

3.3 Establecimiento de horarios para mantener una sistematización de las programaciones.	92
3.4 Recurrir a diversos medios relacionados para obtener información de artistas que han participado en sus programas y contactarlos para exponerles este proyecto.	94
3.4.1 <i>Radiodifusoras</i>	94
3.4.2 <i>Conservatorios</i>	95
3.4.3 <i>Televisión</i>	97
3.4.4 <i>Internet</i>	98
3.5 Análisis de los medios de generación de ingresos y promoción artística para los músicos intervinientes.	99
3.5.1 Vivir de la Música.....	99
3.5.2 Obstáculos para poder vivir de la música	101
3.5.3 Promoción hacia los Músicos Participantes.....	106
3.6 Presupuesto.....	108
3.6.1 Inversión Inicial	108
3.6.2 Balance Inicial	109
3.6.3 Expectativa de Venta a Entidades.....	110
Conclusiones	112
Recomendaciones.....	114
Bibliografía	116
Anexo 1	123
Anexo 2.....	125
Anexo 3.....	126

Índice de Imágenes, Tablas y Gráficos

Imágenes

Imagen	56
Imagen 2	57
Imagen 3	58
Imagen 4	59
Imagen 5	60
Imagen 6	61
Imagen 7.....	62

Tablas

Tabla 1	71
Tabla 2	72
Tabla 3	73
Tabla 4	74
Tabla 5	75
Tabla 6	76
Tabla 7	77
Tabla 8	78
Tabla 9	92
Tabla 10	93
Tabla 11	108
Tabla 12	109
Tabla 13	110

Gráficos

Gráfico 1	71
Gráfico 2	72
Gráfico 3	73
Gráfico 4	74
Gráfico 5	75
Gráfico 6	76
Gráfico 7	77
Gráfico 8	78

Resumen Ejecutivo

Esta propuesta se realiza teniendo con meta el poder dar oportunidades nuevas al ciudadano Guayaquileño, en el ámbito cultura.

La idea provino de la falta de programas que incentiven la cultural en la ciudad porteña, y se enfoca específicamente en uno de sus campos menos desarrollados en la Perla del Pacífico.

La creación de oportunidades para músicos que quieras participar del programa que ha sido creado en esta propuesta, es el objetivo principal junto a la capacitación cultural de la ciudadanía.

La participación de los artistas se verá plasmada en conciertos realizados al aire libre en lugares estratégicos de la Urbe con alta demanda turística, más específicamente el Centro Histórico de la Ciudad.

En esta propuesta, el lector podrá observar los antecedentes musicales del Guayaquil de antaño, el porque se ha perdido esa identidad cultural, así como también un estudio de mercado enfocado al ciudadano común para posteriormente utilizar esos datos en la elaboración de un programa organizado.

Se abordaran temas como la música y su esencia, factores de porque es difícil ser un profesional que vive de la música en la ciudad, como también un análisis de los factores que inciden en el tipo de oferta cultura que las personas consumen actualmente.

Actividades para la promoción del programa, además de donde conseguir los recursos humanos para el mismo, estarán detalladas a lo largo del contenido de este proyecto.

Así como también las oportunidades que el turismo musical ofrece a nivel mundial y como aplicarlas en Guayaquil.

Palabras Claves

Cultura, Música, Turismo, Factores, Identidad, Promoción, Guayaquil.

Abstract

This proposal was made with the goal to have the power to give new opportunities to the citizens of Guayaquil, within culture. The idea came from the lack of programs that encourage culture in the port city, and has a special focus on one of less developed fields of the Pacific Pearl, musical tourism.

The creation of opportunities for musicians, who want to participate in the program that has been created in this proposal, is the main goal with the help of cultural instruction for citizenship.

Participation of the artists will be captured in concerts that will be performed outdoors in strategic locations of the city with high tourism demand, specifically the Historic Center of the City.

In this proposal, the reader will find the musical history of yesteryear Guayaquil, the causes of why it has lost that cultural identity, as well as a market research focused on the common citizen, and with use of those data the development of an organized program.

Covering issues such as the music and its essence, factors because it is so difficult to be a professional musician and live of its profit in this city, as well as an analysis of the factors affecting the type of cultural offers that people consume nowadays.

Activities to promote the program, plus where to get human resources for it, will be detailed throughout the content of this project.

As well as the chances that musical tourism offers worldwide and how to apply them in the city of Guayaquil.

Key Words

Culture, Music, Tourism, Program, Causes, History, Promote, Guayaquil

Introducción

Si se observa detenidamente el contorno, se llega a la conclusión que la relación entre la música y el turismo ha sido y sigue siendo explorada por muchos turistas de todo el mundo. (Campos, 2010) El turismo musical está en auge, y ya son muchos los que se llevan guías de viajes en sus maletas a la búsqueda de experiencias turísticas genuinas. En resumen, esto se refiere a cualquier acto de visita con el objetivo de participar en un espectáculo musical, visitar lugares que fueron fuentes de inspiración para alguna música o letra, o conocer sitios o cosas relacionadas con la música y sus autores. Esto en la ciudad de Guayaquil no se está aprovechando de manera óptima, provocando la pérdida de costumbres musicales que en tiempos pasados eran un factor identificador de la misma hacia el mundo.

El puerto Principal, si nos remontamos a principios del siglo XX, contaba con diversas manifestaciones culturales por toda su geopolítica (Pino, 2012) , (Diario El Universo, 2011), (Ecuador Costa Aventura, 2011), y para muestra el Edificio de la Sociedad Filantrópica del Guayas, localidad tradicional de la ciudad; cuya institución crea la primera escuela de música. Estaba ubicado en las calles 9 de Octubre entre Chanduy y Morro (actualmente con el cambio de denominaciones municipales está en: García Avilés y Rumichaca). En 1910 presentan a la primera orquesta (Museo Julio Jaramillo, 2008).

Colateralmente en esta década destacaron las estudiantinas, (Museo Julio Jaramillo, 2012) que eran grupos musicales de hombres y mujeres aficionados que se reunían al atardecer por el placer de hacer música.

Las familias de clase alta también disfrutaban del placer de hacer música, aunque por posición social contaban con sus propios instructores. Los tradicionales chalets guayaquileños contaban con mamparas que al ser abiertas descubrían un patio central con floridos jardines, pileta y aves. Las madres entonaban el piano mientras los hijos hacían las tareas.

Existen muchos personajes históricos que promovieron la industria musical y la cultura de la misma en la ciudad pero sin lugar a duda hay que destacar la gran labor realizada por José Domingo Feraud Guzmán, catalogado como gran pionero, visionario y promotor del talento nacional, llegando incluso a financiar con su propio bolsillo a artistas como el popular Dúo Ecuador, integrado por Safadi Reves y Enrique "El pollo" Ibáñez, todo esto para que logren grabar un disco que lograrse llegar a los primeros puestos en ventas. (Museo Julio Jaramillo, 2008)

Guayaquil ha sido testigo de la realización de obras ya legendarias, como el emblemático pasillo "Guayaquil de mis Amores" de parte de Lauro Dávila y Safadi Reves. Irónicamente ninguno nacido en la ciudad porteña, pero que a pesar de esto lograron encontrar los factores esenciales para su inspiración y componer esta obra maestra.

Justamente esa necesidad por crear y ver cultura ha ido desapareciendo y modificándose a través de los años, engendra la necesidad de retomar esas ansias de cultura, tal vez manifestada distintamente con diversas interpretaciones, pero con el mismo fin.

Los datos señalan que en realidad, en esa época, había muy poca población (INEC¹, 2012) y mucho menos la influencia de los medios de comunicación, pero estos dos factores en la actualidad no deberían ser un obstáculo, por el contrario, podrían aumentar el crecimiento de esta disciplina. La incidencia del mercado musical en el turismo es importantísima y se está desperdiciando por la falta de incentivos en la ciudadanía.

¹ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Planteamiento del Problema

Guayaquil a través de los años y sobretodo en la época actual ha sufrido una involución cultural gravísima, además de desperdiciar el talento local, no ha encontrado en la cultura suficientes fuentes para crear turismo.

Esta involución se suscita por muchos factores, ya sea el poco apoyo a los artistas locales (Diario El Universo, 2011) (Entrevista a Jenny Estrada, 2012), puesto que ellos tienen que hacer carentes de manager, las veces de productor y disquera, es decir casi todo.

Sino fuera por las herramientas electrónicas que existen en la actualidad y brindan facilidades al usuario, estarían más sumergidos, más desestimados, lo que se agrava con el hecho debido a que no cuentan con los recursos necesarios para subsistir de la música, y que las herramientas mencionadas anteriormente son más una inversión económica, y en la mayoría de casos no producen ingresos suficientes por lo que el artista, se ve en la obligación tácita de buscar otras opciones, las cuales en la praxis son pocas o inexistentes.

Vale anotar que la involución cultural señala a los medios de comunicación como uno de los responsables de la misma, ya que los estos se preocupan superficialmente por difundir de manera notable las diversas actividades culturales de la ciudad de Guayaquil, prefiriendo productos que en su mayoría son extranjeros, de esta manera el televidente u oyente común no podrá darse cuenta de que existe una diversidad riquísima en géneros y espectáculos musicales nacionales.

No obstante de lo anteriormente escrito, vale destacar que el turismo cultural en esta ciudad ha intentado mejorar a través de los años (Entrevista a Jenny Estrada, 2012), pero no en todos los campos ni de manera suficiente. Sino es en un lugar específico (teatro, estadio) son poquísimos los escenarios en los que se pueden vender nuestro músicos como un atractivo más para el turista.

Formulación

¿De qué Manera un programa de Desarrollo del Turismo Cultural a través de la música incidirá en el mejoramiento social, la diversificación turística y el apoyo a los artistas locales?

Variantes

- Mejoramiento Social
- Diversificación Turística
- Apoyo a Artistas Locales

Justificación

Partiendo de la base de qué es el turismo, se cita el otorgado concepto :“El turismo es el conjunto de relaciones pacíficas y esporádicas que resultan del contacto entre personas que visitan un lugar por razones no profesionales y los naturales de ese lugar” (Benscheidt, 1974) que nos indica la esencia primordial del por qué se hace turismo, la de conocer nuevas atracciones, vivir un ambiente distinto e interactuar con nuevas personas de cultura o costumbres diferentes.

Santiago de Guayaquil ha logrado a través de los años un mercado turístico que va en crecimiento, ya sea en el área hotelera la cual es una de las más aprovechadas por los inversores, o el área de los Guías Turísticos ya sea en lugares típicos de la ciudad o en Museos, como también el sector de Alimentos y Bebidas que a su vez con servicio de Cáterin o Restaurantes, representan un gran ingreso a la ciudad.

Por otro lado, el área cultural también ha sido sujeto de análisis para su crecimiento con diversas campañas en distintas categorías como pintura, teatro, etc.; pero en el ámbito musical, aunque ya existan distintas manifestaciones para preservar este arte, no existe alguno que sea permanente. Es decir que no sea simplemente por alguna festividad, o por unos días en específico, sino que continúe aportando a la comunidad a través de todo el año, así podrá fortalecerse como proyecto y a su vez dándose a conocer a lo largo de toda la ciudadanía.

Esa es una de las finalidades que tiene esta propuesta para la creación de un Programa que haga crecer el turismo cultural basándose en la música, pero con la diferencia que se establezca para la posteridad.

El turismo musical es el que necesita destacar en esta situación, En todo el mundo, turismo genera alrededor de 212 millones de empleos, además del hecho no menor de que se trata del sector de menor inversión por empleo generado (Arvin, 2004).

Fundamentado en las estadísticas del 2008 (Inec, 2012), llegaron a Guayaquil 245 mil extranjeros, el 11% más que en el 2007, cuando se observa que se registraron 220 mil visitantes foráneos. Y a nivel nacional 508.908 extranjeros de Enero hasta Mayo del 2012 (Ministerio de Turismo., 2012). Naturalmente sin contar con el factor que se plantea en este documento, que es la explotación debida del turismo cultural para el aumento de visitantes, basándonos en los talentos locales.

Existen en Guayaquil locaciones a la que por su riquísimo contenido turístico se les puede sacar más provecho con la implementación de las presentaciones musicales (Dirección Municipal de Turismo, 2008) (Subsecretaria de Turismo del Litoral, 2008). Aumentado así la demanda en dos campos a la vez la cultura y el turismo.

El propósito de este proyecto es Diseñar, programar y ejecutar presentaciones al aire libre en sitios estratégicos de la ciudad de forma permanente (Ecuador Costa Aventura, 2011) (Dirección Municipal de Turismo, 2008) Con horarios publicitados y pre-establecidos, basados en un estudio de mercado por medio de encuestas realizadas a la ciudadanía. Para de esta manera establecer un nuevo sistema para incrementar el turismo cultural.

Si tomamos como referencia Ciudades como Buenos Aires donde cuentan con muchísimos atractivos por conocer y ver, pero el que sobresale es el tango, Guayaquil con esta proyección podría llegar a ser identificada por un género específico, el pasillo. Pero más allá de eso, debería ser identificada como la ciudad precursora del turismo cultural musical del país, convirtiéndose así en pionera de una macro herramienta para impulsar la música en sus múltiples géneros.

Objetivos del Proyecto

Objetivo General

Diseñar una propuesta que ayude a incentivar el crecimiento del turismo cultural, a través de la música con el desarrollo de estrategias permanentes para maximizar turísticamente el Centro histórico de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

1. Realizar un análisis comparativo entre la importancia de incrementar el turismo musical en el mercado de la ciudad y los factores negativos que inciden en el crecimiento cultural.
2. Desarrollar el turismo cultural a través de la música con la propuesta de presentaciones en vivo, y su promoción en las instituciones, brindando un aporte para que la ciudad sea uno de los principales atractivos turísticos de Sudamérica.
3. Ofrecer a los músicos intervinientes la oportunidad de descubrir una nueva forma de generar ingresos y promocionarse artísticamente.

Capítulo 1: Marco Teórico

El marco teórico de esta investigación se basa en diversas teorías por conocedores de la materia turística y cultural en sus diversas manifestaciones, ya sea como impacto en los habitantes de un sector como también en la economía.

El arte es una manera de elaborar elementos, ideas y conceptos inéditos, requiere creatividad, para la expresión de sentimientos por medio de palabras, formas, colores, y sonidos para la creación de expresiones inéditas. Se puede denominar arte a toda creación y obra que en algún momento exprese lo que su creador desea transmitir, siguiendo patrones propios de estética.

Es considerada una habilidad que posee el hombre para la producción, un talento para ingeniar y desarrollar millares de objetos. Su significado etimológico es ars (arte) y del término griego Techne (técnica) (Panamarte, 2012), esta derivación en latín se utilizó para designar aspectos relacionados con lo estético y emotivo en la producción de artículos.

Por su parte la cultura juega un rol muy importante en el arte y en la producción de la misma, es posible definir a la cultura como una suma de creencias, costumbres y valores que cada individuo tiene. Esta compuesta diversos factores como la ciencia, religión, música y muchísimos más: que así ves forman parte de la sociedad.

El auge del arte, la literatura y la ciencia se dio cerca del siglo XIX, aumentando si demanda cultural a través del tiempo.

La apropiación de cualquier bien es un acto que se integra, comunica, objetiva deseos y ritualista la satisfacción y se dice que consumir sirve para pensar entonces se puede concluir que todos los actos del ser humano con llevan algún tipo de consumo, entonces se podría llegar a la conclusión que la idea de separar la obtención de bienes o actividades con la cultura es errónea, su nombre es consumo cultural

Este apelativo se puede justificar teórica y metodológicamente debido a la parcial independencia que ha logrado por los campos artísticos e intelectuales en la era moderna, Desde el Renacimiento en Europa y desde fines del siglo XIX en América Latina, algunas áreas de producción cultural se han desarrollado con relativa autonomía, específicamente el arte, la literatura y la ciencia que a través de l tiempo fueron liberándose del control religioso y político.

La independencia de estos campos se produce gracias a la evolución que la sociedad ha padecido, pero además por la gran de mande en la circulación y consumo de algún producto de este tipo de ramas. El arte es parte de la vida, y de la sociedad, que a su vez está compuesta por la burguesía y los marginados, es un acontecimiento social que se ha convertido en la necesidad primordial para expresarse.

El hombre tiene por naturaleza la necesidad de comunicarse, y por medio de formas, colores y sonidos logra con mayor impresionismo su objetivo. (Cuellar, 2012)

La música es un elemento fundamental para la vida del ser humano. Platón aseguraba hace más de 2000 años atrás que una melodía tiene para el alma las mismas propiedades que la gimnasia para el cuerpo. En la actualidad la música constituye un elemento tan importante que ha llegado a erigirse como motivo suficiente en la realización de un viaje y conocer nuevos destinos. Lugares que, en alguna otra circunstancia, no hubieran sido de mayor interés o por lo menos no tan inmediato para el usuario. (Villiers, 2010)

La cultura siempre se ha caracterizado por enriquecer de diversas maneras a la humanidad, como a su vez el turismo y más aun en la era moderna es identificado como promotor económico y la manera mas directa de conocer otros hemisferios ya sea de manera geográfica o en sus costumbres.

Ya mencionado esto se conoce, que según la teoría de García y Holgado (2002) sobre la relación entre los bienes culturales y el turismo que el patrimonio cultural se ha constituido en los últimos años en el fundamento de una tendencia turística llamada: "Turismo Cultural" que, aunque tiene una larga historia, no será hasta fines del siglos XX cuando aparezca como una forma de viajar cuyos objetivos son el conocimiento de la riqueza y diversidad cultural de las distintas regiones. El conjunto de actividades que se pueden hacer en un destino específico hace que la Relación entre Patrimonio Cultural y Turismo sea muy estrecha, una de ellas, la importancia económica que tiene el Turismo Cultural para el desarrollos sostenible de regiones menos favorecidas.

Esta relación de tan estrecha entre los patrimonios culturales y el mercado turístico no pueden ser tomados a la ligera, debido que logra el nacimiento de una nueva rama, el turismo cultural, la cual puede ser de muchísimo provecho para la oferta de una región y una herramienta alternativa para su desarrollo.

Según Talavera (2003) "El turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico."

La asociación existente entre el turismo, patrimonio cultural y una ciudad puede causar efectos positivos y negativos, además de agregar nuevas problemáticas en relación al equilibrio funcional de los centros culturales, la gestión de los flujos turísticos, la planificación urbanística, la protección del patrimonio, la accesibilidad, el medio ambiente urbano, la creación de productos turísticos es decir, el desarrollo sostenible en perspectiva local.

Dichas implicaciones exigen a nivel de la política turística afrontar el reto de incentivar el turismo en este campo en una ciudad (Puya, 2002), esta teoría no demuestra otra cosa más que la motivación del mercado, de tal manera que motive las ansias por culturizarse en los ciudadanos como también engendrando una fuente de turismo sostenible por medio del patrimonio.

La educación de la misma ha ido cambiando en su forma de aplicarse y propagarse, mas aun en la cultura contemporánea en la que se vive actualmente, la música ha sufrido un cambio tecnológico, expresivo y conceptual a través de los años, los mundos de la música actual constituyen una mezcla de funciones en marketing, cine y multimedia además de contener diversos significados socioculturales. Lo que ha obligado a la creación de distintas maneras de promover la educación musical en la sociedad. Así manteniendo esta educación de manera sostenible a través de los años (Lines, 2005).

El turismo musical conlleva la relación de la cultura, y la educación de la música al nivel que pueda ser aprovechado por los turistas, cada vez que el número de éstos se incrementa, el turismo de este tipo se vuelve un fenómeno más regular, la búsqueda de nuevos sitios, de ver y experimentar cosas nuevas se ha vuelto más compleja, ya que viajeros buscan, un turismo en una forma específica que esté acorde a sus gustos.

Cabe recalcar que el turismo musical no tiene un tipo de género específico, además de dar a sus participantes experiencias que no encontrarán en otro lado. El turismo Musical constituye un sinnúmero de posibilidades para el turista, ya sean atracciones artísticas, distintas locaciones, y personas y eventos que utilizan los recursos musicales para hacer turismo (Connell & Gibson, 2005).

1.2 Marco Referencial

Existen diversos proyectos que se han realizado para poder entender más los beneficios y curiosidades del turismo cultural y musical, como también por qué no ha sido aprovechado en su totalidad. Como el Toledo 21: Estrategia para una ciudad Patrimonio de la Humanidad que básicamente se trata de un proyecto realizado en colaboración con AUIA² por encargo de la Cámara de Comercio e Industria de Toledo (España), cuyo objetivo fue establecer una metodología para formular una estrategia turística integrada en el conjunto de políticas urbanas, capaz de compatibilizar a medio y largo plazo la preservación del patrimonio y la rentabilización local de uno de los conjuntos históricos más importantes de Europa (Gómez, Mondéjar & Sevilla, 2005).

Gracias a esto en los últimos años la preservación de patrimonios culturales, y la creación e incentivación de nuevas fuentes de ingreso enfocadas al turismo cultural han ido en aumento. Un ejemplo claro es un estudio sobre La promoción del Turismo Musical: Los festivales de música en Facebook.

² Arquitectos Ingenieros Urbanistas Asociados (Associate Urbanist Engineers Architects)

Es un estudio del uso de redes sociales como recurso para la comunicación y promoción turística, centrándose en el caso específico de los festivales musicales en Facebook. A través de un análisis que evaluará la calidad de los mismos y seleccionará la manera de incentivar este tipo de programas que no sólo facilitan la interacción con la comunidad de referencia y la obtención de datos sobre la satisfacción del cliente, sino que ejerce una influencia positiva en las intenciones de comportamiento (Chierichietti, 2012).

En países como Argentina se han establecido programas a través del Ministerio de Turismo y las Culturas que incentivan la creación de música y cine teniendo de ejemplo a la Provincia de San Luis. "San Luis Música y Cine" es un hecho inédito que el gobierno argentino está haciendo, adueñándose de un rico catálogo de música, y con esto la provincia beneficiada tiene los derechos de todas las obras que conformen el mismo, dándole así nuevos ingresos económicos si alguno de los participantes logra triunfar como también, lo convierte en un atractivo más de visita.

Este programa cuenta con Sello Discográfico propio como también productora de films por lo que se tienen controlado todo el marco legal en cuanto a plagios (Ministerio de Turismo y las Culturas, 2009). Todo esto logra que San Luis crezca de manera notable en varios ámbitos además de que es un avance para el gobierno y la industria musical.

Este es tan solo uno de los ejemplos de desarrollo cultural y más específicamente musical con vistas hacia el turismo que se puede encontrar en Argentina, otro ejemplo y de gran acogida en la ciudadanía gaucha es el evento llamado "Premios Hugo en la calle Corrientes, Los Musicales al aire libre" organizado por los PHMA³ que se caracteriza con la idea de celebrar, promover y estimular el teatro y el género musical en particular.

³ Premios Hugo al Musical Argentino

Para ello se montó un escenario sobre la calle Corrientes, una de las principales fuentes de actividades culturales de la ciudad de Buenos Aires. El show contó con una sucesión de cuadros en vivo de diversos musicales entre los cuales destacan:

- "La Novicia Rebelde",
- "Chicago",
- "Sweeney Todd",
- "Drácula"

Además de contar con números teatrales, El evento, que contó con el apoyo del Municipio de la Ciudad, AADET⁴ y el Ministerio de Cultura Porteño, demuestra el gran soporte de parte del gobierno para la realización de este evento, cabe destacar que este espectáculo sin precedentes para los musicales argentinos, que sin duda hizo historia tomo lugar el 12 de Junio de año 2001, fue de entrada libre y gratuita

Los "Premios Hugo al Teatro Musical" y todas sus manifestaciones son una iniciativa de Ricky Pashkus y Pablo Gorlero que han conformado una Asociación Civil sin Fines de Lucro integrada por personas respetables del ambiente artístico para apoyar, administrar y coordinar la tarea además de poder contar con este tipo de eventos de manera permanente. (Danza Virtual, 2011)

⁴ Asociación Argentina de Empresarios Teatrales

En el Ecuador ciudades como su Capital también buscan diversas maneras de incentivar el turismo cultural, para este año Quito espera incrementar el turismo cultural un 5%, con la participación de diversas ferias internacionales de Turismo por parte de la Empresa Quito Turismo. Otra de las metas de esta empresa es continuar con "Las Noches Patrimoniales" en la cual el Centro Histórico se convierte en el escenario de actividades artísticas, turistas nacionales y extranjeros (Empresa Pública Metropolitana Quito, 2012).

Se podrá encontrar variedad de atracciones tales como

- Mimos,
- Malabaristas
- Teatro
- Música de todo género
- Danza
- Fotografía
- Juegos Tradicionales

Todas estas actividades forman parte de la propuesta de esta particular velada nocturna, además se podrá contar con recorridos que cuentan como guía con los personajes del colectivo teatral Quito Eterno, lo cual son una opción divertida y educativa para quienes deseen conocer las historias y leyendas de los más hermosos edificios patrimoniales de Quito. Las actividades de la Semana Santa y el reconocimiento a la excelencia en calidad turística con el distintivo "Q", son algunos de los proyectos que ejecutará la Empresa Quito Turismo a lo largo del 2012.

El Plandetur 2020⁵ tiene entre las actividades de su agenda la creación de un Sistema Nacional de Expresiones Culturales para el Turismo que embarque artesanía, música, folklore en todas sus formas. Lo cual brindará apoyo a la puesta en valor de proyectos de expresiones culturales, y su adecuación para ser incorporados dentro de los paquetes turísticos que se ofrecen en el país. Su Objetivo principal es que las expresiones culturales sean mostradas a los turistas en las comunidades de donde son originarias, de esta manera lograra favorecer a las mismas y aportara un valor a los productos turísticos e itinerarios que puedan incluir las visitas a dichas localidades. (Plandetur, 2008).

Todos estos los actos artísticos y culturales cuentan con el apoyo del buró del Centro Histórico, que integra a varios restaurantes y establecimientos que abren sus puertas hasta altas horas de la noche para que después de las presentaciones los visitantes puedan deleitarse con los suculentos platillos ecuatorianos y del mundo (Empresa Pública Metropolitana Quito, 2012).

⁵ Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador

1.3 Marco Conceptual

Se citaran diversos conceptos de términos utilizados a través de esta investigación, los cuales en su mayoría pueden llegar a ser un poco superficiales debido a la profundidad del tema como el que se está tratando, el crecimiento cultural.

Se llama turismo todas las actividades que realizan las personas cuando viajan a algún lugar, fuera de su entorno habitual y por un periodo menor a un año, y que su motivación para el viaje sea por ocio, diversión, negocios u otros. (Organización Mundial de Turismo, 2010).

La palabra turismo etimológicamente deriva del latín tornus = torno y tornare= redondear, tornear, girar. Mientras que el sufijo -ismo se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que se define al turismo como la actividad que realizan individuos que consiste en viajar y que además tienen la intención de retornar a su domicilio actual. (Teoría del Turismo, 2008)

Un Patrimonio Cultural comprende las obras de artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios de una población, así como las creaciones anónimas surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, en otras palabras, obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de la población: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte, los archivos y bibliotecas.

Citando a la Unesco⁶ (2005) se puede decir que el Turismo Cultural es "un concepto innovador, eminentemente ético, con el que se busca favorecer la paz, la comprensión entre los pueblos y el respeto por el patrimonio cultural y natural y las especificidades que identifican a las comunidades anfitrionas en el marco de los intercambios que se dan al viajar".

⁶ Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

También de parte de la Unesco (2006) se puede citar el concepto de Cultura:

La cultura puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias

Otro de los términos utilizados en esta investigación es el de turismo musical pero para llegar a él, se debe primero definir que es la música según Debussy (2008) un total de fuerzas expresadas en un proceso sonoro que incluye diversos factores: el instrumento, el Instrumentista, el creador y su obra, un medio en el cual se pueda difundir y un sistema receptor.

Pero también se la puede ver como una de las musas más grandes que ha tenido la humanidad a través de la historia, una fuente interminable de inspiración, propagadora de sensaciones, desde la felicidad, pasando por el enojo y llegando a la tristeza. Es algo que puede ser identificado aún sin letra, tan solo con su sonido.

El turismo Musical se refiere al tipo de visita que conlleva la participación en un espectáculo musical, o visitar lugares que fueron fuentes de inspiración para algún tipo de música, letra o intérprete, sin fines de lucro y con las ansias de expandir los horizontes culturales. (Grund, 2011). Es justamente la fusión del concepto de turismo con el de la música el resultado del turismo musical, una de las ramas más importantes del Turismo Cultural.

1.4 Marco Legal

Se hará referencia al marco legal que compete a este trabajo de investigación en la Constitución del Ecuador (2008)

Elementos Constitutivos del Estado

Capítulo primero

Principios fundamentales

Art. 1.- El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución.

Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.

Art. 3.- Son Deberes Primordiales del Estado

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes.
2. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Sección quinta

Cultura

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.
2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. Los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles.

El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley.

Art. 380.- Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.
2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva.
3. Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente.

4. Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de todas las edades, con prioridad para niñas, niños y adolescentes.
5. Apoyar el ejercicio de las profesiones artísticas.
6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.
7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.
8. Garantizar los fondos suficientes y oportunos para la ejecución de la política cultural.

Capítulo 2: Análisis del Entorno

2.1. Análisis comparativo entre la importancia de incrementar el turismo musical en el mercado de la ciudad y los factores negativos que inciden en el crecimiento cultural.

2.1.1 Importancia del desarrollo del Turismo Musical

La importancia de incrementar el turismo musical si se enfoca a nivel macro es muy significativa en la actualidad en el mundo en general, por lo que Guayaquil no se debe quedar atrás en este proceso de desarrollo cultural que poco a poco está tomando más fuerza. En distintas regiones del globo terráqueo se puede observar las acciones realizadas que tienen relación con el turismo musical y que ya empiezan a dar sus frutos.

Para entender más a fondo la importancia de este tipo de turismo se tomará como referencia una ciudad no tan común en lo que se refiere a visitas a nivel musical, y a otra ciudad la cual al ser cuna de muchísimos artistas consagrados, se la podría denominar también como el gigante del turismo musical.

Entendiendo que el turismo musical puede manifestarse en muchas formas, abarcando por ejemplo un concierto al aire libre en puntos turísticos diversos, como también masivos festivales musicales, se llega a la conclusión que no necesariamente debe existir un método estándar en lo que se refiere a como manejarse en la implementación de un programa musical.

2.1.1.1 Un Atractivo Poco Común

Un claro ejemplo de esto es República Checa, país que al ser nombrado traen a la mente imágenes románticas de ciudades medievales, como también el inconfundible aroma de la cerveza, además de sus vastos paisajes verdes, y en los siguientes años se comenzarán a visualizar nuevas imágenes y sobretodo sonidos de este país.

Esto se debe a que el territorio Checo ha comenzado a vibrar al ritmo del Jazz que puede ser escuchado en sus calles, desde comienzos del año actual y sobretodo durante los meses del verano y otoño europeo es decir los últimos seis meses del año, donde por todo el país suceden diversos festivales de este género tan prestigioso internacionalmente, y en donde llegan músicos desde ciudades y pueblos de todo el territorio checo, incluso ha recibe visitantes de la ciudad cuna del Jazz: Nueva Orleans. (Noticias Cada Día, 2012)

El nombre de este festival es el BJF⁷ el cual comenzó a principios de julio del presente año, y ya ha logrado recorrer ciudades emblemáticas de la nación como Praga, Brno, Oloumuc, Pilsen o Tábor, de esta manera además de las increíbles interpretaciones de Jazz, se logra mostrar los paisajes de estos destinos que son considerados por la Unesco⁸ como patrimonios de la humanidad. El festival ha logrado tan buena acogida que ya ha contado con participación de músicos más renombrados y experimentados, a nivel nacional e internacional.

Artistas como Eddie Palmiere, una de las leyendas más influyentes del Jazz latinoamericano, ha sido participe de este evento, como también Brian Fentress junto a John Gros y Brian Seeger, que procedentes de Nueva Orleans, visitaran y formaran parte del festival para mantener de manera continua y estable esta iniciativa musical checa. (Noticias Cada Día, 2012)

Ya establecido el país con no tanta tradición en lo que se refiere al turismo musical pero que ha encontrado maneras sustentables para desarrollarlo, a continuación se señalará a una nación cuyo aporte a la cultura y en particular a la música moderna es riquísimo.

Los turistas que visitan el Reino Unido ya sea por motivos de algún festival o concierto, contribuyen a la economía británica con 864 millones de libras esterlinas, es decir cerca del 1.4 billones de dólares al año. Resaltando así la necesidad de una estrategia del turismo con música en vivo.

⁷ Bohemia Jazz Fest

⁸ United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization

7.1.1.2 La Cuna del Turismo Musical

Más específicamente en Inglaterra, y a través de todo su territorio, los eventos de música en vivo han logrado captar la atención de 7.7 millones de personas ya sean nativos o extranjeros los cuales se estima que en cada una de estas visitas gastan 1.4 billones de libras esterlinas, centrando las ganancias en la ciudad de Londres donde se encuentra una base importante para el desarrollo musical, como cantautores, managers, y compañías discográficas. (UK Music, 2012)

El gobierno británico ha reportado que las industrias creativas de esta nación, se han convertido en factores de crecimiento, y que ha aimentando la irgencia para la adopción de una estrategia para atraer muchos más turistas musicales, tambien recomienda que la promoción hacia atractivos musicales siga en crecimiento y se multipliquen sus ya existentes manifestaciones por todas las regiones y asi lograr formar un cuerpo de trabajo estable para la incentivación del turismo musical.

La música en Gran Bretaña en el año 2011 ofreció un estimado de 19700 trabajos a tiempo completo, esto gracias a la contribución del turismo musical, lo que significa que el turismo se ve afectado positivamente siempre que existe alguna relación con la música, logrando mayor demanda internacional para visitar el país, como también logrará la creacion de miles de plazas de trabajo en toda su geografía, aumentando la calidad de vida.

Una de las futuras acciones del gobierno británico, conciernen en hacer el proceso de obtención del sistema de visas que necesitan los artistas internacionales participes en las actividades más accesible, como también el exhortar de ciertas licencias de regulación para que tengan más libertad al querer formar parte de este programa. (Schweizer, 2011)

El interés del gobierno británico por fomentar el turismo musical ha logrado culminar la creación de herramientas para el desarrollo y bienestar del mismo, lo ha hecho con el lanzamiento del llamado "mapa del rock".

Diseñado por el ente estatal de turismo del Reino Unido Visit Britain, el cual diseño una guía que recoge cerca de 200 sitios asociados a grandes músicos y bandas de rock emblemáticas del territorio, como el local donde debuto la mítica banda Queen, o la casa en donde creció el eterno John Lennon, pasando desde los orígenes del rock and roll, hasta en lo que este género se ha convertido en la actualidad, este mapa ya se encuentra disponible en las agencias de viajes británicas y a través del internet.

Un lugar que cumple su aniversario número 50 el emblemático pub The Cavern Club, mejor conocido como el lugar donde los Beatles debutaron en la escena musical, también forma parte del recorrido, Visit Britain se enfocó de tal manera en la promoción de estos atractivos que colocó placas conmemorativas en diversos lugares de la urbe, como donde vivió Jimi Hendrix (considerado el mejor guitarrista de la historia) ubicada en el centro de Londres.

El director general de marketing de Visit Britain Laurence Bresh, declaró a la prensa que la idea de este mapa surgió al percatarse de la enorme cantidad de turistas que visitan Liverpool, para conocer más detalladamente las ubicaciones relacionadas con los Beatles, Bresh en otra de sus entrevistas concluyó que a las personas les gusta ver los lugares que han logrado sacar de los músicos tan bellas ideas. (Diario El Clarín, 2007)

Gracias a estos dos ejemplos se puede concluir lo primordial que es el turismo musical en el mundo y que Países no tan tradicionales en este ámbito como República Checa han sabido sacar provecho del sinnúmero de beneficios que puede otorgar, entonces se podría formular la pregunta ¿Por qué Guayaquil no ha empezado a desarrollar maneras de implementar este tipo de Turismo?

El Puerto Principal no cuenta con programas culturales que estén enfocados en además de desarrollar la cultura, en atraer turistas, ya que la mayoría de conciertos masivos de artistas consagrados y que vienen por primera vez al país aumentando la demanda, se presentan en su mayoría en la capital de la república, lo que deja hasta cierto punto a la ciudad porteña algo rezagada en comparación a Quito.

Guayaquil cuenta con el talento, y en muchos casos la infraestructura para empezar a realizar algo similar a los ejemplos mencionados, lamentablemente inciden muchos factores para que no se suscite, pero es tiempo de empezar a combatir esa falta de acción, de manera viable y sobretodo que fomente el talento de la ciudad a que continúe haciendo lo que le gusta, en este caso interpretar música.

No es imposible lograrlo en el suelo latinoamericano, inclusive en lugares cercanos al territorio ecuatoriano, como en Argentina, ya están empezando a aprovechar de las nuevas oportunidades que este mercado ofrece, para su beneficio.

En Córdoba, capital de las sierras como se la conoce, y últimamente con el nombre de "la recitalera" por la gran cantidad de oferta musical que ofrece al público en general, la industria del turismo esta en su momento más optimo, debido a que cada vez es más rico el caudal de visitantes que llegan para ver shows musicales, los hoteles de cinco estrellas, hasta los hostales se ven beneficiados gracias al crecimiento de como lo denominan "Efecto Orfeo", el cual consiste del desarrollo de este tipo de turismo que evoluciona en paralelo al crecimiento ya sea en intensidad y escala del calendario de espectáculos, y que se han desarrollado en el Orfeo Superdomo principalmente, del cual tomaron el nombre para el efecto.

Otras localidades como el estadio Kempes y el espacio Quality también han sido adaptadas y utilizadas, siendo este último el menos explotado pero según los especialistas cuenta con un gran futuro.

Las localidades están situadas de tal manera que conforman un circuito de lugares donde se admiten los espectáculos de artistas que convocan audiencia, la mayoría de ellos internacionales y con la capacidad de estimular al ciudadano cordobés como al de el resto de Argentina e incluso del mundo a viajar para verlo. La realización de este viaje implica el uso de servicios de hotelería, gastronomía y en muchos casos de paseos por la ciudad lo que requeriría un guía.

Según las operadoras de turismo argentinas, esta clase de visitantes que buscan atractivos culturales relacionados con la música, pasan un promedio de dos días en la ciudad, una noche en el hotel, comen afuera y en ocasiones forman parte de paseos para compras de suvenires y momentos de esparcimiento.

Para potenciar la oferta se realizan paquetes específicos que ayudan a ampliar la estadía y los consumos del visitante en territorio argentino.

Las virtudes del turismo musical se aprecian en todos los segmentos de la hotelería de Córdoba, un ejemplo que se destaca es de los hostales que gracias a este tipo de turismo creció en los últimos años, los cuales ofrecen hospedaje a menos de \$10 diarios, con baños y comida, ya existen 35 de estos establecimientos y se han convertido en el formato favorito a utilizar por los clientes jóvenes.

Esto demuestra que solo es cuestión de establecer un camino a seguir y empezar a trabajar en el para que a largo plazo empiece a generar frutos, y poder aumentar la calidad turística y cultural de la ciudad. (Ripoll, 2012)

2.2 Los factores negativos que inciden en el crecimiento cultural.

En lo que se refiere a señalar los factores que han incidido y lo siguen haciendo para el deterioro del crecimiento cultural vivido en Guayaquil, se encuentran muchísimas situaciones que son en poco o mayor grado parte del problema, y lo que este proyecto desea lograr es empezar desde algún punto para comenzar a ser parte de la solución.

Una de las razones por la carencia de cultura actual, es la falta de educación. Se dice que las personas no están lo suficientemente preparadas en la actualidad, en contraste se dice que en ciudades como Bogotá, al treparse una persona en un bus, se encuentra con la grata sorpresa de que más de la mitad de los pasajeros están leyendo un libro, no periódicos con imágenes pornográficas, o cadáveres descuartizados, no volantes que promocionan entidades pseudoreligiosas, razones que influyen en el deterioro cultural.

En Guayaquil, a través del tiempo las personas que la habitan, en su mayoría han perdido el hábito de leer, y cuando se indaga en la razón del porqué de este fenómeno, la respuesta es que es cuestión de "cultura", cuando justamente las personas que contestan de esa manera son parte de ese mismo grupo falto de cultura, y que en repetidas ocasiones desconocen u olvidan que hasta pasada la mitad del siglo XX, Guayaquil era la principal fuente de grandes obras literarias del país; llegó a tal punto la importancia literaria guayaquileña que este grupo llegó a ser conocido como "El Grupo de Guayaquil". (Comercio, 2010)

El guayaquileño promedio utiliza como método de justificación que es más propenso a realizar una acción que a leerla, pero como es conocido pensar y actuar de maneras extremas no normalmente lo adecuado, la ciudadanía debe prepararse para poder empezar acciones efectivas y eficientes para ir mejorando con el tiempo.

Lamentablemente este fenómeno se ha convertido prácticamente en un círculo vicioso, responsables de museos, bibliotecas y autoridades en general justifican esta deficiencia cultural alegando que ellos hacen su trabajo poniendo a la disposición de la ciudadanía sus aportes culturales, pero que la demanda es casi nula, paralelamente el público utiliza como razones lógicas a la no asistencia a el hecho que los museos y bibliotecas están cerrados los fines de semana, y los que si lo hacen solo lo hacen los días Sábados y hasta la una de la tarde, interponiéndose en el horario de la mayoría de la ciudadanía.

La cultura se puede desarrollar en la crianza de las personas en los hogares, sobretodo en la juventud donde hay que guiarla, labor que corresponde a los padres, maestros de centros educativos y especialmente a las autoridades de los museos y bibliotecas de la ciudad. Una manera de empezar a hacerlo es abrir estas instituciones no sólo los fines de semana, sino en un futuro cercano 24 horas del día, los siete días de la semana, tanto las instituciones estatales como las municipales.

Las entidades culturales de la ciudad deben aumentar el énfasis que ponen en iniciativas como los museos itinerantes, concepto que requiere ser ampliado, como también la literatura y sobretodo el arte en todas sus expresiones. (Arosemena, 2011)

Otro factor importante en la decadencia cultural es la falta de apoyo para el desarrollo de las fuentes de cultura, en todas sus ramas. Disciplinas como el cine y la música son constantemente infravaloradas en la sociedad, manteniéndolas como un simple pasatiempo y no como un aporte a la comunidad,

En lo que se refiere al cine, se puede citar el ejemplo del cineasta ecuatoriano Jorge Aycart que se autodefine como un cineasta ecuatoriano que nunca ha filmado en Ecuador, sus dos películas "El durmiente del Valle" y "La lumbra del fuego" fueron rodadas y editadas en Argentina, donde estudio cinematografía.

Hace un par de años este guayaquileño volvió al país, donde según él no puede encontrar a un equipo con el cual logró elaborar su próximo proyecto, inclusive señala que Ecuador en comparación a Argentina está en una fase muy temprana en lo que se refiere al proceso creativo del cine, y que en Ecuador recién comenzó a desarrollarse desde el gobierno actual.

Señala también la carencia de ideas y más aún el hábito que están tomando los cineastas locales en realizar obras repetitivas y llenas de clichés. Esto según Aycart por la paupérrima cultura cineasta que existe en el país.

El cineasta guayaquileño concluye que es difícil saber quien es el responsable en cuanto se refiere a que el actual perfil del espectador es decir de solo consumidor, las responsabilidades o culpas varían según el nivel, pero nadie hace nada para de alguna manera construir el perfil de este espectador. (Cabrera, Diario El Telégrafo, 2012)

Desde la perspectiva extranjera sobre la cultura en la ciudad, María Guadalupe Álvarez es un ejemplo válido, curadora cubana que en algún momento estuvo involucrada con el MAAC⁹, comenzó a dar clases en el naciente ITAE¹⁰, instituto que poco a poco se está convirtiendo en un referente artístico en Guayaquil y de l país.

Álvarez cree que existe un estereotipo que es la creencia que el entretenimiento no es consumo cultural, cuando en realidad la cultura existe en las maneras mas convencionales, desde ver un programa de televisión a disfrutar de las más sofisticadas producciones de Tarkovski etc., estos prejuicios se dan porque no se han formado una noción de arte que inclina a buscar significados de la misma.

⁹ Museo Antropológico de Arte Contemporáneo

¹⁰ Instituto Superior Tecnológico de Artes de Ecuador

También declara que en su opinión desde la mitad del siglo XX hasta la actualidad, existen muchísimas facetas de arte que buscan experiencias y no significados, pero los prejuicios existentes son demasiados fuertes como para dar lectura al arte, y no poder aprovechar la experiencia que esta podría brindar.

Señala a Quito como la ciudad del país que ha venido desarrollando la cultura y el arte de manera más significativa, ya que en la actualidad ya existen instituciones que tratan seriamente la producción de cultura, tratando así de generar una herramienta de extensión, de difusión, de trabajo cotidiano con el público en general.

Este último punto según la artista cubana, ha desarrollado uno de los giros más importantes en el arte, no solo en el Ecuador sino a nivel mundial, el giro que involucra al público, no para satisfacerlo ni entenderlo, sino para comprender que estos dos elementos (el artista y el público) deben estar en una constante relación productiva.

Las instituciones a la que se refiere Álvarez que están ubicadas en Quito son el CAC¹¹, y la FLACSO¹², además de muchísimos espacios independientes, etc., mientras que en Guayaquil, en la cual Álvarez ha vivido ya por 15 años, argumenta que las instituciones culturales porteñas están en su peor momento, con contadas excepciones.

Las instituciones existentes mantienen un punto más precario en comparación a las ubicadas en la capital, lo que les quita las posibilidades de enunciar una actividad con mayor proyección. Específicamente el MAAC, que se encuentra básicamente discontinuado, o el Museo Municipal que sufre del mismo problema.

En lo que se refiere a la Casa de la Cultura, la manipulación que tiene para con sus eventos es nula, siempre han subsistido con los espacios independientes, espacios como DPM¹³ que apoya a la gente joven, marcando un espacio importante en la gestión, con el público. (Cabrera, Diario El Telégrafo, 2012)

¹¹ Centro de Arte Contemporáneo

¹² Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales

¹³ Galería Davis Pérez McCollum

Es una realidad que no existe espacio en la actualidad para la CCE, ya que desgraciadamente está envuelta en problemas internos que no le permiten ver a nuevos horizontes, problemas como que ocurrió hace pocos meses que no permitieron la elaboración de nuevos libros, ediciones de poemas, elaboración de composiciones musicales no otras actividades, ese fue el saldo negativo que dejó el debate de las elecciones de presidente y vicepresidente de la Institución, ya que al no llegar a un acuerdo en los resultados de la votación, se formó un pandemónium interno, lo que ocasionó el cese de actividades por unos días, lo que ocasionó un malestar a nivel institucional y ciudadano.

En lo referente a la explotación teatral en Guayaquil, sigue luchando para no convertirse en implosión. Las dificultades que presenta en la actualidad son variadas como la carencia de espacios óptimos para presentar una función, es decir bastante reducidos y de difícil acceso, además del poco respaldo de público en la presentación de espectáculos no convencionales o conocidos de otra manera "no comerciales".

En el mes de Julio del presente año se realizó en Colombia un festival artístico, donde los productores de grandes empresas representantes de artistas señalaron que se ven el mercado ecuatoriano dividido en solo dos ciudades: Quito y Cuenca, la razón para que Guayaquil sea descartada como destino no es otra que los grandes impuestos a pagar que juegan en contra de la ciudad a la hora de la difusión artística.

En el caso del TSA¹⁴ al ser una entidad sin fines de lucro, se mantiene exenta de pagos de impuestos, al ser financiado por el Municipio de Samborondón y la Junta de Beneficencia, cuestión que no fue así desde un principio, ya que para su apertura si tuvieron que adaptarse a la paga de impuestos.

¹⁴ Teatro Sánchez Aguilar

El director del teatro el Sr. Ramón Barranco comenta que apenas comenzó a ejercer su cargo vio las grandes dificultades que la ciudad proponía a la hora de hacer teatro, y que le parece un milagro que se pueda lograr, el señala fue gracias a los organismos de control principales que decidieron exonerarles la paga de impuestos, cuestión que debería ser aplicada en todas las salas culturales del Puerto Principal.

Los impuestos de mayor carga se hacen presentes, de manera insólita cuando se trata de un talento extranjero, y en el teatro, al igual que en la economía, recitales, el cine o la literatura, la globalización es la herramienta para innovar, aprender y mejorar la calidad de vida de los habitantes.

La visita de artistas conocidos a nivel mundial como John Malkovich Hillary Hahn o José Burgos no podrían ser posibles si el TSA tuviera que pagar los impuesto, ya que estos recogen el 20% de la taquilla que van al municipio y otro 10% dirigido ala Junta de Beneficencia de Guayaquil.

A todo esto se suma la salida de divisas, que en año actual ha aumentado en un 5% el valor a pagar por prestaciones de servicio a nivel internacional.

Barranco argumenta que debería haber un cuidado más minucioso hacia las medianas y pequeñas productoras, no es lo mismo un concierto pequeño de música auspiciado por alguna embajada para difundir la cultura, que uno para las masas.

Los grandes escenarios que hay en Guayaquil también se ven afectador por esta medida, por consecuencia no es del gusto de los artistas internacionales y prefieren ir hacia la capital de la república.

Son muchos los casos que han sufrido de este mal de los impuestos que los ahuyenta de Guayaquil, casos como: Santana, Iron Maiden, Air Supply, Charly García, Joaquín Sabina y muchísimos artistas más son los que prefieren realizar sus espectáculos en Quito, por consecuencia de los impuestos.

Uno de los ejecutivos de Team Producciones, empresa que se encarga de llevar a los países de la región sudamericana artistas internacionales, explico que Metrópolis como Bogotá, Buenos Aires y Miami no cobran impuestos a los empresarios artísticos, porque en estas ciudades al cantante se lo considera parte de una expresión cultural, mientras que en Quito los impuestos alcanzan un 13%, en Guayaquil la diferencia es notable, aparte del 10% que va dirigido a la Junta de Beneficencia, existe otro 10% adicional dirigido a entidades como Sayce¹⁵ y Fenarpe¹⁶.

Para tener un panorama más claro se puede explicar que por cada dólar que se cobra, 40 centavos van destinados solo a impuestos, al ser estos elevados, suben notablemente el precio de las entradas, lo que aumenta en gran cantidad el trabajo de los organizadores, ya que deben encontrar un punto de equilibrio entre la pérdida que conllevan los impuestos de las entradas, a la inversión que se ha hecho en materia de equipos a utilizar en el espectáculo.

Pero con el pago de equipos de audio y video, personal técnico y una lista larga de requerimientos esta labor se hace muy compleja por lo que los organizadores optan por realizar el show, no es rentable. Los organizadores de eventos internacionales han declarado que no están en desacuerdo con pagar los impuestos sino con que estos fondos no vayan a la inversión de diversas expresiones de arte nacional, cuestión que si ocurre en países como México y Colombia.

No solo son los empresarios que se quejan de estas medidas, sino además las academias musicales. Esteban Rodríguez, guayaquileño radicado en Buenos Aires, Argentina y miembro activo del organismo Actors Studio de ese país, comparte una visión amplia del tema.

Rodríguez declara que el ciudadano guayaquileño se queja siempre de que no haya espectáculos de calidad o que los precios sean demasiado altos, pero restringen o ponen trabas alas presentaciones de grandes artistas extranjeros además de que por los costos de los impuestos. Ninguna producción resultaría rentable a un precio bajo.

¹⁵ Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos

¹⁶ Federación Nacional de Artistas Profesionales de Ecuador

La carga impositiva no se aplica simplemente a la hora de funciones con fines de lucro, ya que por ejemplo si un centro de arte hace un esfuerzo por traer a la ciudad a un prestigioso extranjero para dictar un taller y luego desea hacer una presentación de prueba con habilidades adquiridas por los guayaquileños, las tarifas y tasas empezaran a tomar efecto.

Es un lujo que se da una ciudad que aun esta por describirlo de alguna manera en "pañales" en lo que se refiere al campo cultural, y que además exige pagos de impuestos aun antes de la venta de los boletas en taquilla. El valor tributario debe ser cancelado en un 100% con anticipación.

El alcalde la urbe, Jaime Nebot, comentó meses atrás a la prensa nacional que las ordenanzas serian evaluados y que de momento se encuentran en este proceso.

Mientras tantos, países vecinos como Colombia, dejan al territorio ecuatoriano en el camino, atrayendo espectáculos importantes, ya que se tramitó una ley de espectáculos que prácticamente elimina toda carga que no conlleve a ganancia a teatros. Productores y artistas. Un ejemplo a tomar en cuenta y ver como es la realidad para un posible cambio en el futuro. (Boscán, 2012)

Esta fue la muestra de alguno de los factores que inciden en la tan mencionada involución cultural en Guayaquil, sino se empieza a actuar con un plan serio y sobretodo permanente no se podrá llegar a una solución.

Para concluir con el capitulo se debe tener en cuenta según las dos partes que lo conforman el porque es bueno el turismo musical, y porque en Guayaquil nadie ha aprovechado esta oportunidad, por la simple razón que los medios donde se podría desarrollar no lo permiten.

El turismo musical es una industria lucrativa en muchísimas regiones del mundo como ya se mencionó anteriormente, y se refiere a cuando las personas viajan a un nuevo lugar para poder asistir a un show musical o algún concierto, o incluso un gran festival.

Cuando las personas compran entradas para ir a festivales o shows, principalmente los que requieren de un viaje para poder apreciarlo, están más predispuestas a gastar dinero adicional ayudando a la economía local, y esto se puede presentar en muchas formas, por ejemplo los viajeros que llenen el tanque de gasolina de su coche, haciendo reservaciones en un hotel. Y comprando comida en los restaurantes locales. Por estas razones y muchas otras, muchas áreas se regocijan con el valor que brinda el turismo musical.

Guayaquil tiene el poder, las herramientas, y sobretodo lo más difícil de encontrar el talento, como para desarrollar su propio programa de turismo cultural, es por lo cual se ha creado esta propuesta para empezar a generar ingresos a todo el mercado turístico y promoviendo a nuestros artistas.

El Desarrollo del turismo cultural con la ayuda de una propuesta que brinde un aporte para que la ciudad sea uno de los principales atractivos turísticos de Sudamérica.

La comunicación en la actualidad, es más interactiva que antes, y puede lograr generar diferentes y nuevas formas de difundir marcas, promociones, eventos. La interactividad genera en el siglo XXI un ambiente propicio para la retroalimentación, con la meta de poder satisfacer las necesidades del mercado al que se enfoque en este caso a turistas musicales, segmentación de mercado que a nivel mundial esta en crecimiento pero dentro de la sociedad pertenece a un grupo selecto. (Cuellar, 2012)

Este capítulo está enfocado en describir la importancia de elementos como la cultura principalmente la música y el turismo para la sociedad a través de la historia, el tipo de cliente al que esta enfocado este trabajo, la relación las actividades principales que ayudaran a que esta propuesta sea promovida de manera correcta, además de la importancia de los destinos donde se realizaran las actividades para la sociedad guayaquileña.

2.2.1 Contexto Local

El mercado es amplio para trabajar en este tipo de turismo, la globalización de la música hace posible conectar nuevas fronteras de mercado en áreas como el turismo y las agencias de viajes. En Ecuador existen muchas agencias de viajes pero lamentablemente ninguna cuenta con los beneficios y cualidades que una agencia especializada en este tipo de sector podría ofrecer.

Se la podría conocer como una agencia de turismo musical, la cual estaría enfocada en mercados extranjeros y nativos para el pasajero que le interese viajar a diferentes actividades musicales alrededor del mundo. Personas que les guste viajar, conocer distintas culturas, ciudades y personas con gustos similares por la música y las artes es el tipo de cliente al que debería enfocarse este tipo de agencias.

Cabe añadir que la demanda por estos servicios se debe en gran parte al mercado de la música y su manifestación gracias al internet aumento la calidad y cantidad de festivales musicales, cada vez son los que más se conocen y en los que se disfrutan d bandas legendarias.

Sabiendo que el turismo musical es un espacio cultural donde los individuos pueden participar de algún tema de interés, son en su mayoría los jóvenes adultos los que conforman la mayoría de personas con rasgo de turista musical, esto no significa que los grupos de distinto rango de edades eran marginados de los atractivos, el turismo musical es muy flexible en cuanto se refiere a la parte de la demanda.

El turista musical es aquella persona que viaja con la expectativa de cumplir, aprender, socializar, recrearse y vivir experiencias únicas a través de la cultura, con recursos económicos y diferentes necesidades que cumplir en contraste a otro tipo de viajero, necesidades diversas como de descubrimiento, ocio, aprendizaje y gratificación.

El artista y el viajero son el elemento de mayor importancia dentro de este selecto mercado ya que, el viajero acompaña al artista hacia su consagración, logrado que este sea reconocido y lo ayuda a posicionarse como un referente en esta disciplina.

Los conciertos son el lugar donde las bandas exponen su producción artística, los organizadores de este tipo de eventos agrupan artistas, bandas, sellos discográficos y viajeros a fin de desarrollar todo lo pertinente para el bien del show.

La audiencia se forma mediante la imagen que se trasmite, la información necesaria para que pueda ser interpretado puede provenir de diversos ámbitos. Por una parte obtiene información de los medios masivos de comunicaciones (tv, radio, internet), colateralmente el público consigue información y sobretodo pautas de interacción con miembros del mismo público. (Capriotti, 2012)

Los festivales musicales y recitales de manera individual brindan al artista una oportunidad para exponer sus trabajos musicales de manera más personal. En países en vía de desarrollo como Ecuador, la totalidad de viajeros constituye una gran demanda en el mercado local, pero este mercado no logra ofertar el turismo musical, por ende el viajero que busca este tipo de atracción se ve forzado a buscar este conocimiento en otro destino donde si lo difundan.

Lo que se pretende lograr con este proyecto y sus métodos es la relación íntima entre el sujeto y la música, que empiece a ganar pasión y porque no entregue a ella, la creación de un programa que por medio de los conciertos al aire libre, es decir turismo cultural, logre una mayor participación en el mercado turístico en este tipo de paquetes musicales. (Cuellar, 2012)

El gobierno ecuatoriano poco a poco facilitará la creación y promoción artística con implementación de la nueva Universidad de las Artes ubicada en Guayaquil, más específicamente en el Parque Histórico de la ciudad, la cual contará con docentes nacionales y extranjeros expertos en temas como la música, escultura, arte audiovisual etc.

Se espera que este centro de estudio se convierta en un espacio académico y estético para los jóvenes que quieran incursionar en este tipo de disciplinas,

Se espera que en el futuro se abra otra sede de esta Universidad que quedaría ubicada en el Parque Los Samanes. Esta obra es una excelente noticia sobretodo para los profesionales y amantes del arte que reclamaban que la SENASCYT¹⁷ no otorgaba becas en este campo.

Finalmente, manifestó que de ser necesario, se abrirá en el futuro otra extensión en el Parque Los Samanes. (Ecuador Universitario, 2012)

La oferta de carreras de arte en el Ecuador representó en el año 2010 solo el 2.6% de la oferta global de carreras, y de estas el 70.34% se concentró en universidades privadas, lo cual da muestra de la privatización de la educación superior en campos artísticos. Cabe recalcar que la oferta en términos de enseñanza que existe en la actualidad no es de la mejor calidad, especialmente en el ámbito musical, obligando a los artistas al autodidactismo, empirismo y poca competitividad en el medio internacional.

Desde el punto de vista educativo, este proyecto universitario está concebido como un espacio concentrado, de excelencia, de carácter público, para la formación universitaria rigurosa en artes que garantice el acceso en condiciones de igualdad y mérito a artistas, creadores/as, teóricos/as, gestores/as e investigadores/as culturales. (Ministerio Coordinador del Talento Humano, 2012)

¹⁷ Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación

2.3 Turismo Musical Como Servicio

Entre los principales componentes que conforman el turismo musical se puede enlistar:

- Viajeros
- Artistas
- Conciertos
- Festivales
- Musicales
- Necesidades del Viajero
- Ocio
- Recreación
- Tecnificación del Turismo
- Desarrollo de Servicios Turísticos

Se considera en este proyecto al turismo musical como un servicio que indaga en la necesidad de compensar la carencia de algo. Este nuevo concepto busca promocionarse para ser consumido por el mercado turístico en general con la meta de crear el hábito de visitar atractivos culturales, si bien aun el mercado es joven y poco estructurado, el turismo musical crece paulatinamente y tiene un prometedor futuro que las agencias de viajes y demás operadoras no deben pasar por alto. (Cuellar, 2012)

Es un paso mas para la diversificación y especialización de destinos que tal vez antes no tenían mucha demanda turística, o que simplemente la perdieron, pero con este plan se podrá reactivar lo que se perdió.

Se utilizó este tipo de turismo para desarrollar un proyecto que podría llegar a ser comercial si es posible entender su concepto de combinar los viajes con la música como su atractivo principal para el turista. El ser humano tiene necesidades como el sentido de pertenecía y gratificación es por esto que el turismo basado en la música se define como un servicio que se encuentra destinado a cumplir las necesidades de su cliente.

En las destinas ciudades donde se han establecido conciertos y festival que produzcan turismo musical, han demostrado una contribución ala economía turística de esa nación. Las oportunidades claves que tienen los organizadores de eventos basados en negocios turísticos y las autoridades locales son enormes.

Todo tipo de negocio se ve envuelto, y la cantidad de dinero hacia la localidad es enorme, tomando como ejemplo la Isla de Wight en el Reino Unido, un destino no tan explotado ni conocido con otros pero sus ganancias solo en conciertos al aire libre y actividades musicales asciende a los 10 millones de libras esterlinas, claves para este éxito son tener a entidades de hotelería, alimentos y bebidas, y catering envueltas en el proyecto ya que directamente desde la reservación de alguno de los paquetes turísticos musicales ya reúnen los elementos básicos de confort. (Bamford, 2012)

Entre los puntos principales a tener en cuenta para la localización de festivales o actividades de turismo culturán hay tres aspectos que destacan:

- Planificación y desenvolvimiento del programa cerca de sector hotelero
- Edificios y monumentos icónicos de la ciudad en los alrededores
- Accesibilidad en movilización

Factores que el centro histórico de la ciudad de Guayaquil, punto elegido para la realización del proyecto cumple sin problemas.

La industria turística siempre ha analizado como la atención hacia el turismo ha nivel mundial ha construido experiencias y relaciones a nivel social gracias a él. Este programa busca unificar el análisis de turismo común y enfocararlo distintamente, con otra visión.

2.4 Localidades

Existen en la ciudad de Guayaquil muchos espacios que podrían ser utilizados para diversas manifestaciones artísticas y en este caso para los conciertos al aire libre.

Espacios que en muchos casos no utilizados eficientemente y padecen de cierto abandono en ciertos casos.

A continuación se citarán alguno de los espacios mencionados:

2.4.1 Espacio No. 1



Imagen No. 1: **Plaza Olmedo**

Fuente: **Web Malecón 2000**

La plaza Olmedo es uno de los puntos más transitados del malecón 2000 debido a su ubicación. Gracias a su bella infraestructura y el amplio espacio que ofrece, la realización de conciertos en este sector es muy idónea, ya que será vista por todos los visitantes que pasen por aquí.

2.4.2 Espacio No. 2



Imagen No. 2: Plaza Colón (Barrio Las Peñas)

Fuente: Diario El Comercio

La Plaza Colón Ubicada en la zona aledaña al Barrio Las Peñas brinda un lugar apto para manifestaciones culturales de todo tipo, algunas ya se han desarrollado ahí obteniendo un éxito moderado, es otro lugar que puede ser muy beneficioso para el programa.

Lleva el nombre por en honor al descubridor de América. Frente a ella se encuentra ubicado el “Fortín de la Planchada” desde donde se realizaba la defensa de la ciudad, cuando piratas holandeses intentaron saquear la ciudad.

Convenciones de atractivos contemporáneos como comics y cultura japonés son las actividades que mayoritariamente se han realizado en este sector

2.4.3 Espacio No. 3



Imagen No. 3: Plaza San Francisco

Fuente: Diario Hoy

La tradicional Plaza San Francisco, siendo uno de los símbolos arquitectónicos de la ciudad, cuenta con un amplio espacio para muchas actividades, como lo es el teatro callejero. Este sector cuenta además con áreas verdes y una pileta, y está rodeada de varios locales de oferta turística. La realización de los conciertos en este lugar, sería para promover este atractivo y promover los negocios aledaños.

2.4.4 Espacio No. 4



Imagen No .4: **Plaza de la Administración**

Fuente: **Web Skyscraper City**

La Plaza de la Administración, cuenta con el mayor espacio disponible sin utilizar para la realización de eventos, espacios que son normalmente utilizados para otras actividades artísticas, pero ninguna musical. Al igual que los ejemplos anteriores, es uno de los atractivos principales del Guayaquil Histórico.

Otros espacios que a pesar de no pertenecer al sector del Guayaquil Histórico, cuentan con la infraestructura para el desarrollo de esta propuesta.

2.4.5 Espacio No. 5



Imagen No. 5: Plaza Baquerizo Moreno

Fuente: Web Visita Guayaquil

La Plaza Rodolfo Baquerizo Moreno cuenta en su parte central con un núcleo especialmente diseñado luego de su remodelación para exposiciones, dándole más versatilidad a la zona. Por consiguiente es posible establecer actividades culturales

Ubicada en el Malecón del Salado, se encuentra en el área que ocupaba el antiguo Parque Guayaquil.

2.4.6 Espacio No. 6



Imagen No. 6: Plaza de la Música

Fuente: Web All Travels

Ubicada también en el Malecón del Salado, esta plaza con forma de guitarra es una de las principales atracciones del remodelado parque donde se puede disfrutar de espectáculos culturales al aire libre, decorado con hermosas piletas, banquitas recomendado para las tardes de ocio. Lamentablemente el uso que se le da no es de conocimiento de la mayoría de la ciudadanía.

2.4. 7 Espacio 7



Imagen No. 7: Paseo de los Escritores

Fuente: Web Ecuador Costa Aventura

Es un espacio desarrollado para conmemorar a escritores guayaquileños de la primera mitad del Siglo XX, rico en áreas verdes pero con poca promoción turística, otro lugar adecuado.

2.5 Metodología

2.5.1 Métodos de Investigación

Para este trabajo de investigación se utilizara el método de investigación exploratorio, debido a que logra proporcionar información y comprensión del problema, además de que logra obtener ideas para el desarrollo del enfoque de la problemática, y que cuenta con un proceso de investigación flexible en el que debe seguir investigando constantemente.

Para su desarrollo, cuenta con el apoyo de elementos como: revisión de literatura académica y comercial, entrevistas con personalidades expertas en el tema de esta investigación, como también encuestas.

2.5.2 Enfoques de Investigación

Se realizara un enfoque Mixto debido a que se realizará la investigación a nivel cuantitativo y cualitativo. El enfoque cuantitativo se utilizará debido a la implementación de encuestas para las cuales se tomará como muestra a los ciudadanos que frecuenten los lugares más visitados de la ciudad, para así lograr a conocer sus preferencias en referencia a géneros musicales y los horarios a los que les gustaría que se realicen las presentaciones.

Desde el punto de vista Cualitativo, se utilizarán entrevistas como modo de apoyo para comprender más los factores que han incidido en el poco crecimiento cultural de la ciudad es decir, en la problemática de la investigación.

2.5.3 Términos de Investigación

Se implementará el término de preguntas de investigación para entrevistas, las mismas que se realizarán a distintos conocedores del tema, para así poder lograr un mayor grado de profundidad sobre las causas y la viabilidad de la solución del problema.

2.5.4 Tipos de Investigación

El tipo de investigación a usar será el Explicativo, para poder llegar a tener conocimientos de las causas de la problemática, además de poder llegar a una explicación por medio de las interpretaciones de diversas deducciones a las que se llegarán, con las teorías investigadas y formuladas, para el beneficio del programa.

2.5.5 Enfoque/Cliente Potencial

Las encuestas serán realizadas principalmente a los turistas y ciudadanos que frecuenten los principales atractivos turísticos del centro histórico de la ciudad.

2.5.6 Muestra para Poblaciones Infinitas

Se utilizará este tipo de cálculo dado que no se conoce el 1 número de elementos que la integran, debido a que el universo es demasiado grande para realizar el estudio con el cálculo de Poblaciones Finitas (Suárez, 2011).

El tamaño de la muestra es lo que encontrará este cálculo, al no tener un una población específica sino a toda las personas que transiten el Centro Histórico de Guayaquil, se necesita la implementación de esta fórmula para conseguir un dato más específico.

Se trabajará con un grado de confiabilidad del 95% ya que al no contar con datos de algún estudio anterior similar, el grado de confianza disminuye un poco, la probabilidad de éxito y de fracaso cuenta con un porcentaje de 50% porque tampoco se han suscitado datos anteriores, y se contará con un margen de error del 5% porque así podrá ser más confiable el resultado final. (Zanelly, 2012)

2.5.7 Cálculo de Muestra para Poblaciones Infinitas

n= Tamaño de Muestra

Z= 95% (1.96) grado de confiabilidad

p= Probabilidad de Éxito 50%

q= Probabilidad de Fracaso 50%

e= Probabilidad de Error 5%

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0.50 * 0.50}{0.0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

$$n = 385$$

Se realizarán 385 encuestas repartidas entre la Plaza San Francisco, Las Peñas, y sectores aledaños a la Fragua de Vulcano.

2.5.8 Técnica de Muestreo

Partiendo del concepto de muestra se puede decir que es aquella parte que representa en una población específica, una pequeña parte de la misma, la cual se someterá a las diversas técnicas de investigación y poder alcanzar las metas deseadas, mientras que muestreo es una herramienta utilizada en la investigación científica, Cuya función es determinar según el tipo que se utilice, el poder conseguir diversas observaciones y análisis y lograr producir inferencias sobre la población que se analiza. (Albarrán, Ibarra, Páez 2012)

El muestreo no probabilístico, es un procedimiento por el cual se da a cada persona o elemento del universo estudiado una oportunidad de ser seleccionado en la muestra. (Scribd, 2012). Este tipo de muestreo es comúnmente utilizado en métodos de investigación exploratoria además de dar al investigador la facilidad de elegir los casos particulares a donde se enfocará la recolección de datos para tener una información más nutrida.

El muestreo que se utilizará en el proyecto será justamente el no probabilístico pues, basándose en un juicio personal, se puede llegar a la conclusión que para beneficio del proyecto el mejor lugar para seleccionar la muestra sería el centro de la ciudad, más específicamente en donde se encuentran sus atractivos históricos (Plaza Olmedo, Municipio, Las Peñas .etc.), esto gracias a su gran concurrencia turística, y que serían los lugares para la implementación de los conciertos al aire libre como un atractivo más.

La técnica de muestreo No Probabilístico a utilizar será la de Muestreo por Conveniencia, el cual se caracteriza por hacer esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" mediante la inclusión de la población, ya que los pertenecientes a esta se encuentran en el lugar y momento adecuado para la facilidad del investigador al momento de realizar las encuestas (Universidad de Sonora, 2012) , esto es porque los encuestados transitaran por esta parte de la ciudad (Centro Histórico) de una manera constante, lo que convierte a este destino el lugar adecuado para hacer las encuestas, además se contará con entrevistas en centros especializados en la cultura musical para brindar mayor información al estudio.

2.5.9 Técnicas para la recogida de datos o trabajo de campo

En lo referente a los datos e información a utilizar, se contará del lado de los Datos Secundarios con el cálculo del tamaño de la muestra, la implementación de técnicas de muestreo, y el análisis de los datos obtenidos. Los Datos Primarios ya que es una investigación de enfoque mixto, en lo referente a lo cuantitativo se utilizarán encuestas y la observación de los datos que darán las mismas. Colateralmente los datos recolectados de carácter cualitativo serán entrevistas hechas en profundidad y las observaciones que se podrán obtener de estas.

La encuesta es una técnica que consiste en una investigación realizada sobre una muestra ya establecida, que representa a una población más amplia, se llevan a cabo en el contexto de la vida cotidiana, y se utilizan procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones de tipo cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población para que el investigador saque sus propias conclusiones.

La realización de encuestas cuenta con ventajas como que es una de las herramientas más utilizadas y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población, obtienen información en ciertos casos de hechos pasados de los encuestados, además de contar con una gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático con utilización de programas como Excel y el análisis estadístico, y que cuenta con la facilidad de que es relativamente barata su implementación para la gran información que se obtienen con ellas. (Universidad de Champagnat, 2002)

Como consecuencia la utilización del método no probabilístico de muestreo por conveniencia y porque de esta manera se logrará conocer más la opinión del público en general que transite el centro histórico de la ciudad, se llega a la conclusión de que la utilización de encuestas como punto clave en la investigación de mercado de este proyecto es una parte primordial, para conocer el criterio de la ciudadanía, como también para alcanzar un mayor análisis de la factibilidad en poder desarrollar en el futuro otros proyectos de incentivación cultural, basándose en el grado de aceptación de los encuestados, y para poder analizar según las preguntas (horarios, lugares más visitados, etc.) una estrategia que beneficie no solo al programa sino al usuario en general.

El tipo de entrevista a utilizar para la recolección de información será la Entrevista no Estructurada, en este tipo de entrevistas, se trabaja con preguntas abiertas, sin un orden establecido con anterioridad, adquiriendo características de conversación. Esta herramienta consiste en realizar preguntas de acuerdo a las respuestas de parte del entrevistado que vayan surgiendo durante la entrevista, La entrevista no estructurada puede llegar a plantear cuestiones previas que serán indagadas en la entrevista además que las preguntas realizadas dependerán del tipo y características de las respuestas (Universidad de Cádiz, 2012)

El tipo de entrevista no estructurada a implementar será la entrevista a profundidad que es una técnica de obtención de información, mediante la implementación de conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para la contribución en los diagnósticos de una investigación en específico (Olabuénaga, 1999).

La realización de entrevistas a profundidad ayuda a poder indagar más minuciosamente en el tema establecido, además de que logra darle libertad al entrevistado como al entrevistador.

Para este proyecto se contará con la inclusión de una entrevista realizada a la historiadora guayaquileña Jenny Estrada, actual directora del museo de la música popular Julio Jaramillo, cuyo aporte a esta investigación ha sido riquísimo y de suma importancia, debido a su amplio conocimiento en lo referente a la decadencia cultural que ha sufrido la ciudad, como también las distintas dificultades que tiene que combatir el artista local para poder promocionarse, y un sinnúmero de factores que ayudan a tener una base sólida de la estrategia que se podría seguir para combatir dichos puntos.

La reunión tuvo lugar en el domicilio de la entrevistada y al ser una entrevista de tipo no estructurada y a profundidad, dio la flexibilidad de que las preguntas vayan acorde a las respuestas que se iban recibiendo, de esta manera se podía entablar de ambos lados una secuencia de preguntas y respuestas que indagaban con detalle en la información buscada. (Entrevista a Jenny Estrada, 2012)

2.5.10 Técnicas de análisis de datos/información

El análisis de la información obtenida de las herramientas utilizadas para ese fin, es uno de los puntos fundamentales de la investigación de mercado, ya que nos da un resumen ya sea porcentual, de números enteros o decimales, etc. de las acciones que se hicieron, lo cual es de muchísima ayuda sobre todo cuando se implementan encuestas debido a la gran cantidad y variedad de datos recaudados. Esta etapa permite determinar también las herramientas de análisis estadísticos que serán adecuadas para este propósito (Baray, 1999)

El análisis de la recopilación de datos se convierte en un factor importantísimo para el investigador, las razones para esta acción son muchas pero principalmente se podrían nombrar la introducción imprescindible para elaborar un estudio de mercado, el poder medir el desempeño en un servicio o proceso de producción, ayuda en la formulación de estrategias y alternativas para la toma de decisiones y satisface la curiosidad del investigador. (Ztar, 2011)

Los datos recopilados se organizarán en un documento de Excel ya que es una de las herramientas mejor aplicadas para cualquier proyecto por su facilidad de maneja y las ventajas que presta.

Se hará el análisis del resultado de cada pregunta de la encuesta sobre la respuesta que más se haya seleccionado, como también dependiendo del sexo y la edad se comparará y relacionará con los horarios y gustos establecidos en el cuestionario para así poder llegar a una conclusión.

Para la obtención de datos promedios se utilizara el cálculo de la Media la cual es es la suma de los datos en un conjunto de datos dividido por la cantidad de números de personas encuestadas, también la utilización de la Mediana que es el número medio o el promedio de dos números medios cuando los datos están sin organizar en orden numérico, o como en este caso extensos en orden numérico en un conjunto de datos. También se utilizara el cálculo de la Moda que son los datos que se repiten con mayor frecuencia en la información recopilada (Zayas, Rodriguez).

2.6 Resultado Tabulación Encuestas

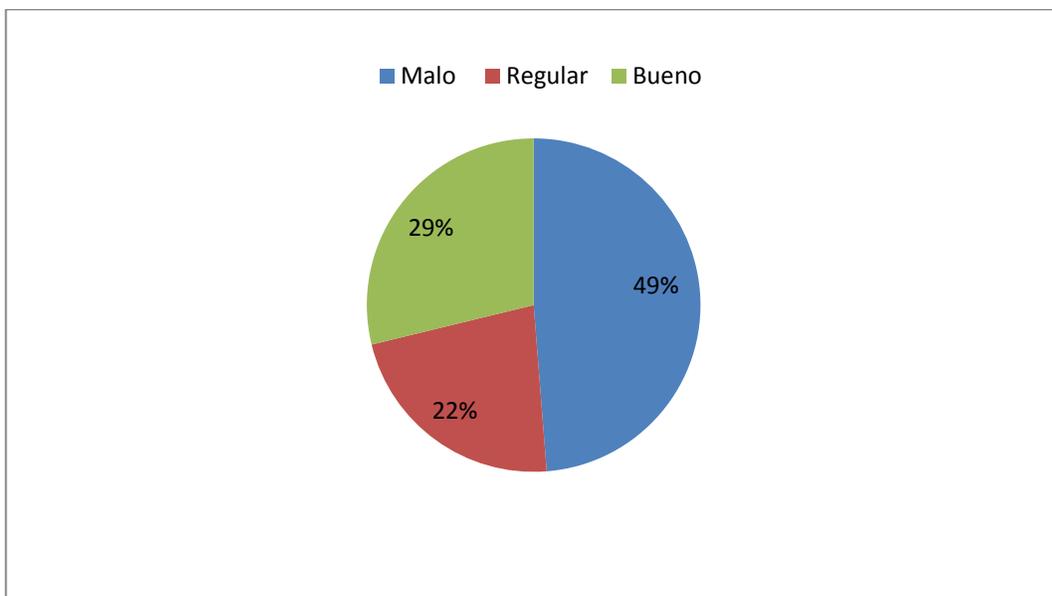
2.6.1 Pregunta Uno

Tabla No. 1

¿De qué manera calificaría usted la cultura musical del Guayaquileño?

Malo	Regular	Bueno	Excelente
176	81	104	27

Fuente: Elaborada por Autor



Programas Culturales Actuales

Elaborado por: José Murrieta

En este gráfico se puede observar que la mayor parte de la ciudadanía encuestada cree que los programas existentes en la actualidad son de baja calidad, lo que ayudaría a la aceptación de este programa,

2.6.2 Pregunta Dos

Tabla No. 2

¿Conoce usted los programas culturales que tiene la ciudad de Guayaquil?

Si	No
201	184

Fuente: Elaborada por Autor

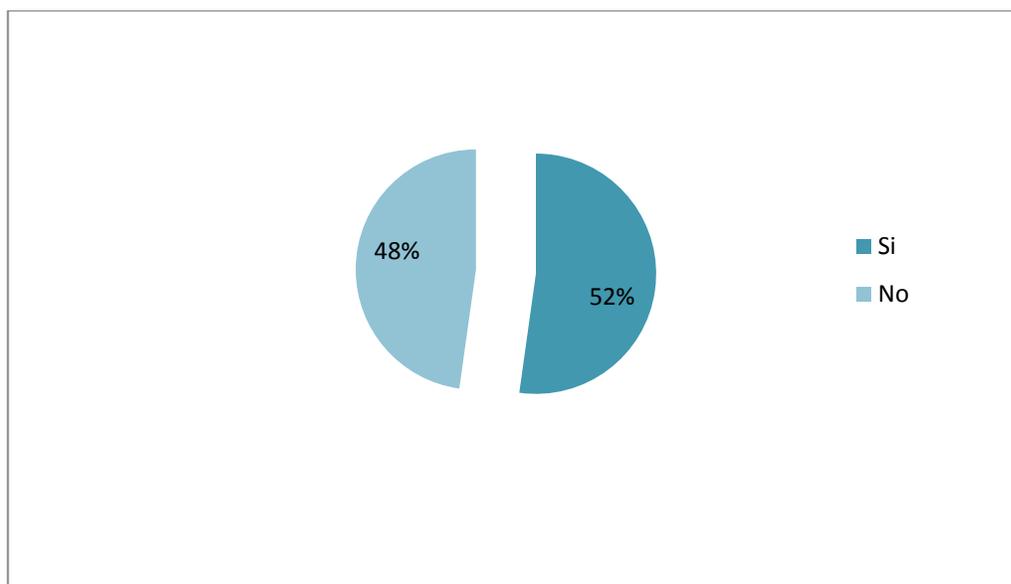


Gráfico No. 2: Conocimiento sobre Programas Existentes

Elaborado por: José Murrieta

Este gráfico demuestra que si se tiene conocimiento sobre los programas culturales actuales, pero haciendo la comparación con el Gráfico 1, se puede concluir que si tienen el conocimiento para catalogarlos en su mayoría de malos.

2.6.3 Pregunta Tres

Tabla No. 3

¿Cómo calificaría usted los programas musicales que incentivan la cultura en Guayaquil?

Malo	Regular	Bueno
133	117	102

Fuente: Elaborada por Autor

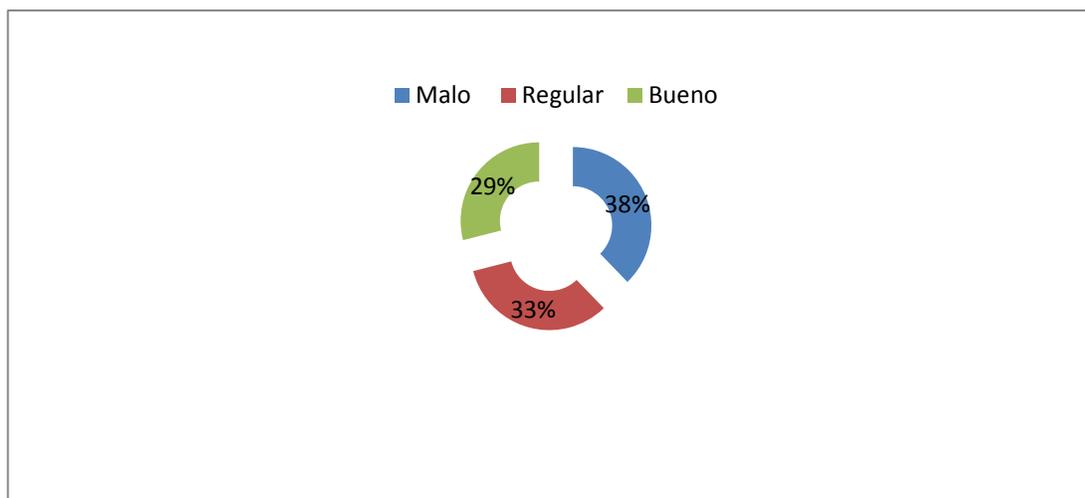


Gráfico No. 3: Criterio sobre Cultura Musical

Elaborado por: José Murrieta

En el siguiente gráfico se puede observar que la ciudadanía cataloga en si mayoría de mala la cultura musical actual de Guayaquil.

2.6.4 Pregunta Cuatro

Tabla No.4

¿Cuál es el lugar que más visita del Centro Histórico de la Ciudad?

Las Peñas	Malecón 2000	Palacio Municipal	Plaza San Francisco
157	167	26	90

Fuente: Elaborada por Autor

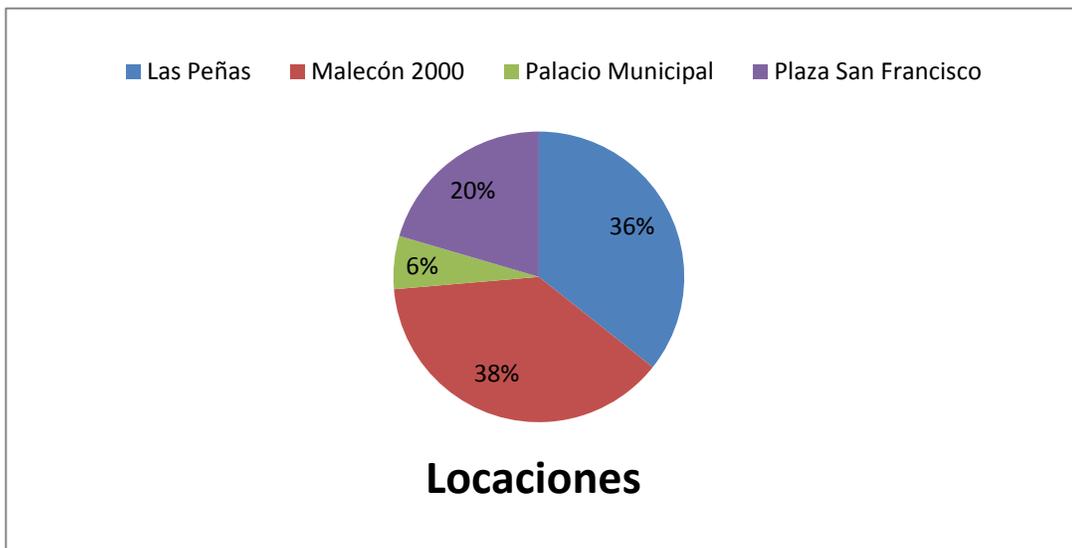


Gráfico No. 4: Locaciones

Elaborado por: José Murrieta

Este gráfico demuestra los diversos porcentajes de volumen de asistencia a las localidades donde se pretende realizar los conciertos al aire libre. Optando en su mayoría por el Malecón 2000 y las Peñas, estas dos locaciones tendrían un trato más enfocado.

2.6.5 Pregunta Cinco

Tabla No.5

¿Qué días asiste usted al Centro Histórico de Guayaquil?

Lunes A Jueves	Fines de Semana	Feriado
131	155	103

Fuente: Elaborada por Autor

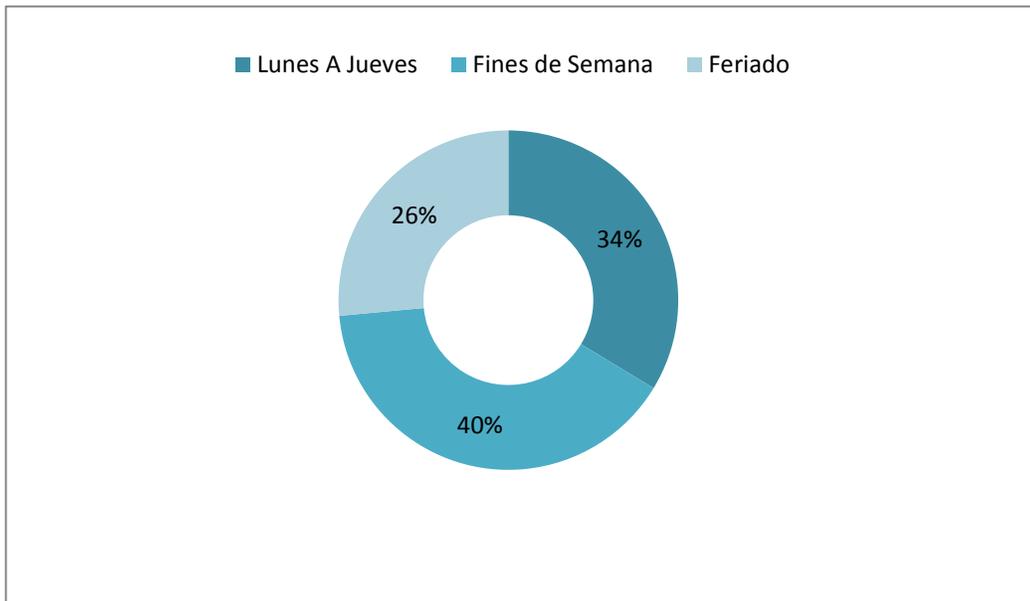


Gráfico No. 5: Días de la Semana
Elaborado por: José Murrieta

Aquí se puede observar que la preferencia en lo que se refiere al día de la semana que visitan los lugares mencionados en el Gráfico 4, se concluye que en su mayoría prefieren visitar estos lugares los fines de semana.

2.6.6 Pregunta Seis

Tabla No.6

¿Qué horarios considera usted convenientes para la realización de conciertos al aire libre en el Centro Histórico de Guayaquil?

Fuente: Elaborada por Autor

10:00 a 1200	15:00 a 17:00	19:00 21:00
105	140	144

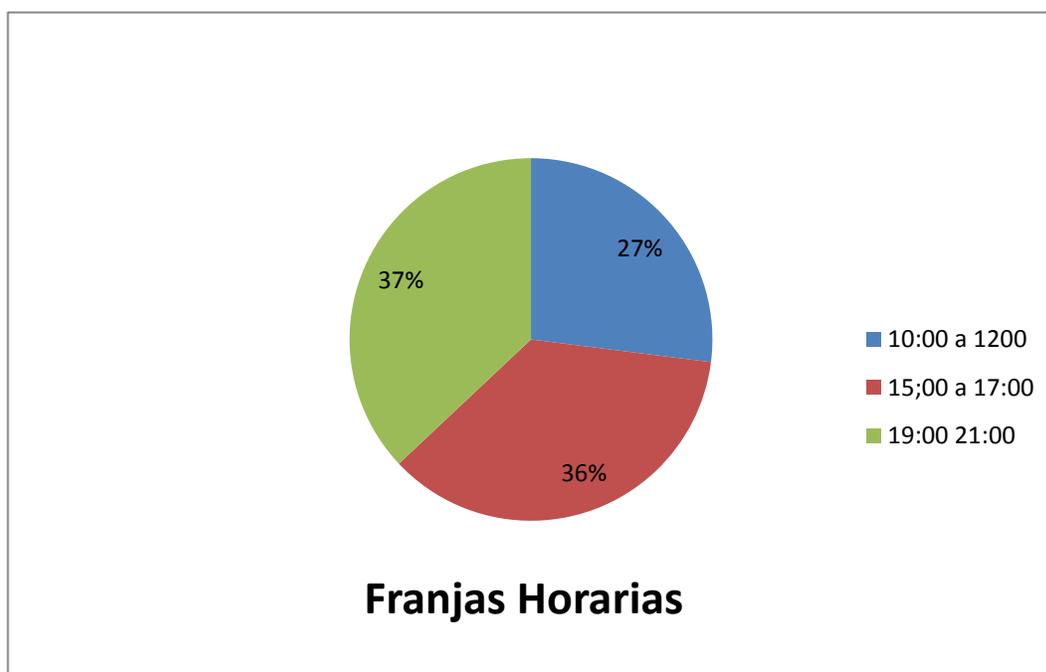


Gráfico No. 6: **Franjas Horarias**

Elaborado por: **José Murrieta**

En esta ilustración se muestra las franjas horarias que la ciudadanía prefiere en cuanto a que horario les parece más conveniente para la realización de los conciertos. La opción de 15:00 a 17:00 de la tarde fue la más escogida, por ende gracias a este gráfico y al Gráfico 5, se pudo crear el horario.

2.6.7 Pregunta Siete

Tabla No.7

De acuerdo a los años, ¿Cuál es la época musical que le agrada escuchar?

60's	70's	80's	90's	2000's	Otros
59	65	119	109	8	

Fuente: Elaborada por Autor

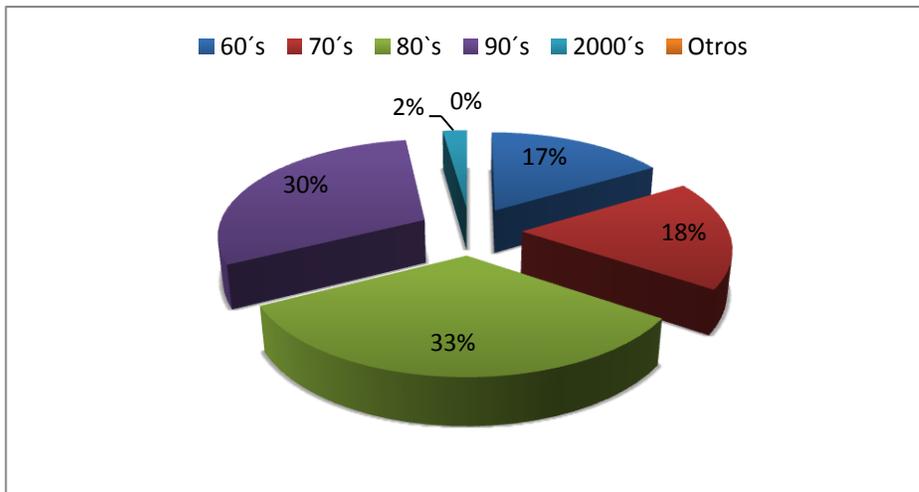


Gráfico No. 7: **Épocas Musicales**

Elaborado por: **José Murrieta**

Este gráfico muestra cuales son es la época musical con la que más se identifica la ciudadanía, estos datos ayudan para determinar el sector de clientes potenciales que se pueden atraer.

2.6.8 Pregunta Ocho

Tabla No.8

¿Qué género musical escucha usted con mayor frecuencia?

Rock	Salsa	Reggae	Merengue	Pop	Bolero	Rap	Otros
83	102	35	46	62	83	28	44

Fuente: Elaborada por Autor

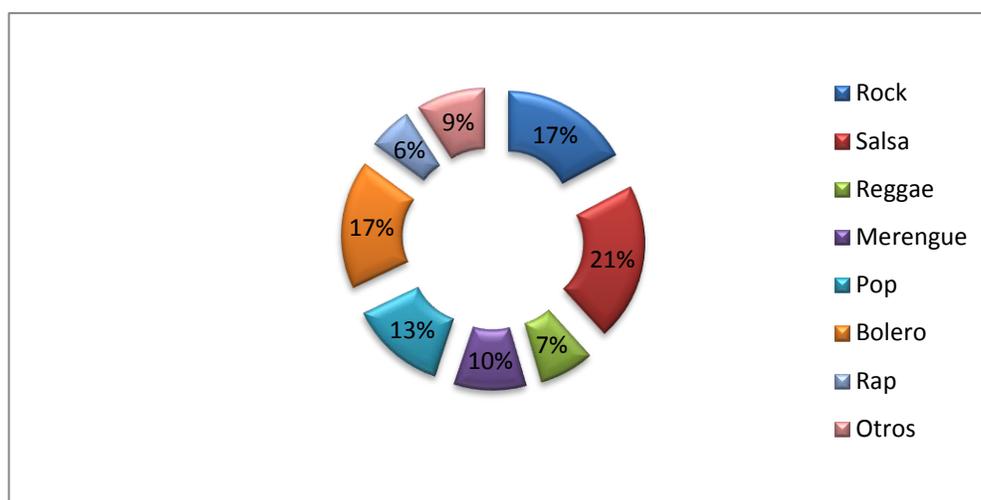


Gráfico No. 8: Géneros Musicales

Elaborado por: José Murrieta

Por ultimo este gráfico revela la preferencia en géneros musicales que los encuestados tienen. Siendo la Salsa el que más votos consiguió, seguido del Bolero y el Rock. Estos datos ayudarán para la organización de que géneros se podrán interpretar en los conciertos, ya sea en su frecuencia y otros aspectos.

Se llega a concluir gracias a los resultados de la encuesta que la ciudadanía a pesar de estar consciente de la existencia de programas culturales, consideran primero que la cultura musical Guayaquileña en la actualidad no es de buena calidad y segundo que los programas actuales tampoco lo son. Lo cual respalda en gran medida la necesidad de este tipo de proyecto.

Las otras preguntas estuvieron enfocadas en conocer el gusto de la ciudadanía en cómo se podría empezar a estructurar un formato para la realización de los conciertos, siempre teniendo en cuenta la opinión del cliente, es decir el ciudadano común de Guayaquil.

2.7 Análisis de Impactos del Proyecto de Titulación

Siempre centrándose en que el proyecto debe ser catalogado como parte del turismo sostenible es decir una actividad que se sustenta por sí misma y utiliza los recursos existentes para la conservación de generaciones futuras, en este caso los músicos para así lograr un equilibrio que no afecte negativamente en la sociedad, economía y ecología.

Como también parte del turismo sustentable que al desarrollar destrezas respetando el patrimonio cultural y el medio ambiente en el que se desenvuelve, así como la identidad cultural de la sociedad en donde se realiza el proyecto

Ya establecidos estos factores se puede desglosar en que ámbitos este proyecto tendrá repercusiones.

2.7.1 Impacto Social

El impacto social que podrá ocasionar el desarrollo de un programa del turismo cultural a través de la música afectara en muchos aspectos, pero se podría identificar algunos que se verán mayormente marcados por esto. El punto básico es el desarrollo de la identidad que conllevara el programa, ya que al ser basado en la música logrará dar a conocer a la ciudadanía, distintos géneros, tipos de instrumentos e incluso formas de interpretaciones musicales que contribuirán en el crecimiento del mismo.

La música a través del tiempo ha significado para la humanidad una forma de expresión que no necesariamente requiera palabras. Es esa idea transmitida a través del sonido que logra formar sensaciones al oyente que no podrá conseguir con otra actividad. Propicia el desarrollo humano y la transformación social de tal manera que esta al alcance de cualquier persona.

El arte musical ya no es solo considerado como una forma de lenguaje universal, especialistas en diversas áreas del conocimiento la consideran un arte que no solo trasciende barreras como el idioma, sino que logra cautivar a cualquier ser humano.

La sociedad guayaquileña en la época actual, carece de una fuente estable y permanente de música en la ciudad, por lo que inevitablemente se ha deteriorado a través de los años, dejando así una sociedad con una idea falsa de lo que es cultura y más aún, lo que es música.

Esto ha ocasionado que la identidad de la cultura musical guayaquileña se haya debilitado, porque a pesar de existir en la actualidad su difusión y sobretodo su desarrollo es muy leve. Este proyecto busca lograr un proceso de evolución cultural en la ciudadanía, empezando por su identidad, en este caso la musical.

Como sociedad Guayaquil crecerá no solo porque apoyara a los talentos que se presenten en los conciertos, sino que además establecerá un antes y un después en la promoción turística del centro histórico de Guayaquil, locación tradicional de la ciudad.

Este proyecto no se ve limitado por la selectividad en los participantes de los conciertos ni de sus espectadores por su estatus social, es decir que desde la persona con pocos recursos, a la más acaudalada es libre de participar en esta actividad.

El turismo en esencia no debe discriminar a una persona por no tener los recursos económicos necesarios, por lo que cualquier persona es libre de visitar, sin costo alguno los lugares donde se establecerán los conciertos en el centro histórico de Guayaquil.

La música tiene la ventaja de ser gratuita y como los conciertos son para promocionar otros atractivos de manera indirecta, permitirá el ingreso a las personas sin importar su ubicación social, lo que significa que el proyecto podrá llegar a toda la ciudadanía posible para que así pueda interesarse más en el mismo, propagándolo y logrando que se convierta en una actividad primordial para los visitantes.

Es así como este programa irá dirigido al crecimiento socio cultural, sin restricción alguna en lo referente al sector que se dirige, es un proyecto de todos los ecuatorianos, para toda la humanidad.

2.7.2 Impacto Ambiental

En lo que se refiere a la parte ambiental el proyecto puede llegar a presentar ciertos impactos que se los calificaría como negativos para la sociedad, pero que se podrán combatir para que su influencia negativa sea de menor alcance.

La contaminación auditiva se ha convertido en uno de las fuentes más molestas de la sociedad moderna que incide directamente sobre el bienestar de la población. De las fuentes de ruido urbano, los vehículos motorizados son responsables de la mayoría del ruido presente en las ciudades como también las «fuentes fijas», es decir, las industrias, construcción, talleres, centros de recreación, etc.

Los conciertos al aire libre entran en un tercer grupo es decir son los que menos daño auditivo o en este caso contaminación podrían causar. Es por esto y gracias a las normas ISO¹⁸ se logra establecer que los conciertos pese a que aportan al a contaminación auditiva, pueden llegar a ser regulados si su sonido no sobrepasa los 70 decibeles durante las 24 horas del día y ya que contarán con horarios establecidos la regulación estará monitoreada constantemente. (Página Web Así Funciona)

Otro aspecto negativo que podría ocurrir en lo referente al ambiente es que al empezar a realizar la campaña de publicidad, las volantes que al lector no le hayan llamado la atención cuentan con el alto riesgo de ser desechadas al suelo de la urbe y no a un basurero, lo que ocasionará acumulación de basura y no brindará una buena imagen sino se controla.

¹⁸ International Organization for Standardization

Para la regulación de este aspecto se puede diseñar una estrategia en la cual se promueva por medio de letreros en los depósitos de basura, que se tire ahí los desperdicios mas no en la calle, de esta manera se puede regular de cierta forma el desperdicio en exceso de la inversión en publicidad como también la contaminación ambiental por causa de la misa.

Entre los aspectos positivos se puede destacar principalmente que al ser los conciertos al aire libre, motivara a la ciudadanía a estar en un espacio abierto y gracias a que las localidades se prestan, estarán rodeados de áreas verdes, por lo que el turismo ecológico se vera beneficiado y las familias podrán tener la oportunidad de pasar un rato agradable con música, atractivos turísticos y naturaleza.

7.7.3 Impacto Económico

En el plano económico este programa mantendrá un constante impacto durante su desarrollo a través del tiempo, ya que impulsará las ganancias de muchas de las partes involucradas en el mismo.

Empezando por los músicos participantes del programa, que al interpretar su música tendrán la oportunidad y de manera gratuita de promocionarse además de que contarán con la posibilidad de comerciar sus productos para el porvenir de su profesión, ya sean discos, videos, etc., la presentación en vivo ante el público en general los dará a conocer, y si son del agrado de este podrán generar ganancias, e incluso poder conseguir algún contrato.

Los conciertos no solo brindarán ese aporte económico a los músicos participantes, sino también a la urbe, ya que una de las principales metas de este proyecto es que el turismo aumente gracias al aporte indirecto de estas presentaciones en la ciudad de Guayaquil.

Es decir logrará que el turista común al visitar uno de los destinos donde se realizaran los conciertos, tomando como ejemplo la Plaza San Francisco podrá deleitarse con su infraestructura habitual, pero ahora contara con un atractivo extra que es la música, lo que ocasionará que empiece a disfrutar de dos atractivos a la vez, esto con el tiempo se lograría divulgar, y de esta manera se incrementaría considerablemente las visitas y el consumo de productos (gastronómicos, artesanales etc.) en los puntos programados para la realización de los conciertos, ya que la meta es que el proyecto se realice de manera permanente y no solo en festividades, se consideraría que el número anual de visitantes aumentarían, lo que beneficiaría a todo el mercado turístico, en todos sus sectores.

Los conciertos al empezar ganar aceptación entre el público podrán desarrollarse y crecer de tal manera en que se podrían organizar festivales en los que predomine una temática en específico, estos festivales podrían ser programados anualmente, de tal manera que se pueda tener una sincronización con agencias de viajes, aerolíneas, hoteles, etc. para que promuevan el mismo como un atractivo que pueden perderse, lo que por supuesto maximizaría considerablemente las ventas de todas las actividades anteriormente mencionadas.

En países europeos ya han empezado a sacar provecho al turismo musical, y se hace referencia a países no tan tradicionales en esta clase de turismo, como lo es República Checa, que con la organización de festivales de Jazz mensuales, ha logrado que artistas renombrados logren participar de los mismos, lo que hace que la demanda crezca inmensamente.

La ciudad, sus músicos y todo el mercado turístico tienen la posibilidad de generar ganancias gracias a este proyecto, sin olvidar al desarrollo sociocultural que inculcará a la población en general.

2.7.4 Impacto Cultural

En lo referente al impacto Cultural que tendrá el proyecto se podría concluir que es el aspecto en el que más influirá a través de su proceso.

La música siempre se ha caracterizado por ser un elemento de identidad cultural de muchos pueblos, en convertirse en una forma de comunicación, de sentimientos, crecimiento y desarrollo en una sociedad diversa.

En la actualidad existe un proceso de homogenización cultural, donde se debe reivindicar a través de la música factores básicos que promueven la cultura, como la paz y los derechos humanos, que desde su núcleo intentan construir alternativas al modelo de desarrollo que existe en la actualidad.

Guayaquil en comparación con otras ciudades principales del continente, y si nos concentramos en las cercanías con Quito y Cuenca, sufre una crisis cultural, ya que no es que esta no exista, sino que los diferentes factores de la sociedad han ocasionado la creación de un fenómeno que lamentablemente hace que el ciudadano común piense que solo existe un tipo de cultura, y que lo demás no le conviene o

simplemente no es de su gusto, pero ¿cómo llegó a esas conclusiones si la difusión y localidades de actividades culturales en la ciudad es paupérrima?

Se logra llegar a la conclusión que esto ocurre debido a la carencia de un programa que no solo promueva la cultura, sino que dé a la ciudadanía las herramientas necesarias para conocer otro tipo de atractivos, como la música, más concretamente con los conciertos.

Este programa, tiene como finalidad absoluta brindar un apoyo contante a desarrollo de la cultura musical en Guayaquil, abarcando cualquier género, cualquier instrumento, y cual tipo de expresión musical, siempre que el contenido de estos brinde un aporte al crecimiento de la cultura en las personas.

Podrá incentivar a las personas a conocer más detenidamente los lugares donde se realizarán los conciertos, prestarán atención a locales comerciales que no habían visto antes, pero con la ayuda de las presentaciones sería posible, podrá motivar a la ciudadanía en general a querer aprender a interpretar un instrumento, por lo que conservatorios y casas de música también se verán beneficiadas, capacitando nuevos músicos, y en un futuro esas mismas personas podrán estar del otro lado, en la realización del concierto.

2.8 Análisis F.O.DA. Del Turismo Cultural de la ciudad de Guayaquil

Fortalezas

La ciudad cuenta con un sinnúmero de manifestaciones artísticas actuales e históricas que han influenciado en la cultura de la misma. Historia rica en influencias culturales.

Oportunidades

Aprovechar la oferta cultural que la ciudad posee para explotarla e incentivarla de manera que se desarrolle de forma continua y aporte al mercado turístico.

Debilidades

La falta de conocimiento de la sociedad guayaquileña en general sobre temas culturales es uno de los eslabones más débiles que existen, gracias a esto no se han podido establecer proyectos que marquen una diferencia, ni que funcionen para la ciudadanía en general de forma permanente.

Amenazas

El poco apoyo de entidades públicas o privadas en la conservación, desarrollo y promoción del programa es la mayor amenaza que los proyectos culturales encuentran en el medio local. Como también la falta de estructuración de pasos a seguir y cómo manejarse del proyecto.

Capítulo 3: Desarrollo de la Propuesta

3.1 Actividades a Realizar para Beneficio del Programa de Desarrollo Cultural a través de la música

Las principales actividades que se efectuarán en este programa de desarrollo, tienen la labor de promover la cultura en la ciudad con una actividad en específico, y la promoción, y sustentación de la misma en lugares esenciales para la sociedad en el hábito turístico y cultural.

Las actividades son:

1. Realizar conciertos al aire libre en lugares estratégicos de la ciudad.
2. Promover el programa en hoteles y agencias de viaje para que exista mayor difusión.
3. Establecer horarios para mantener una sistematización de las programaciones.
4. Recurrir a radiodifusoras, conservatorios y canales de televisión para tener conocimiento de aquellos que han participado en sus programas y contactarlos para exponerles este proyecto.

A continuación un breve análisis de cada una de estas actividades, la influencia de alguna de estas en la sociedad y en la música que ayudaran al proyecto a desarrollarse

3.1.1 Realización de conciertos al aire libre en lugares estratégicos de la ciudad.

El proyecto toma como base para su desarrollo presentaciones en vivo en puntos estratégicos del centro histórico de Guayaquil, elegidos gracias a la opinión de la ciudadanía, y también porque el sector reúne los factores básicos para lograr realizar un turismo musical en este sector.

3.1.1.1 ¿Por qué se eligió la realización de Conciertos al Aire Libre por sobre Festivales Anuales Masivos?

Esto se debe a que en la ciudad no existe un programa que funcione de manera permanente y durante todo el año, si existen festivales por temporadas, los cuales aportan a la cultura, pero no lo suficiente para que empiece a ser sustentable ya que por cuestión de costos es casi imposible hacerlos frecuentemente durante el año. Los conciertos al aire libre al ser libre de costos de parte de los músicos y gratuitos a los usuarios permiten mayor interacción entre si, mayor retroalimentación, y un desarrollo cultural más elaborado.

En materia de géneros musicales, la única característica indispensable que debe tener la música es que aporte de manera positiva a la comunidad, y se tendrá mayor apertura a los artistas que interpreten obras inéditas para fomentar el desarrollo de la composición musical.

Los puntos donde se realizaran los conciertos son:

- Malecón 2000
- Las Peñas
- Alrededores del Palacio Municipal
- Plaza San Francisco

Estos puntos, que forman parte de los lugares más visitados de la ciudad están ubicados a lo largo de todo el centro histórico, por lo que la mayoría de la zona se verá involucrada. El centro histórico cuenta con un gran mercado hotelero y de alimentos y bebidas, y la transportación tiene muchas variables para facilitar al turista su estadía, ya sea a pie por la cercanía de los lugares, o en taxi, metro vía, siempre existirá una opción y al alcance de todos.

En el Malecón 2000 cuyo porcentaje de las encuestas fue de un 38% los conciertos podrían darse en la Plaza Olmedo, ya que al estar cerca de la entrada es un punto de mucho tránsito de personas por lo que llamaría muchísimo la atención y vendería mejor al proyecto.

En el sector de las Peñas con un 36% la ubicación más idónea, sería justo donde empiezan las escalinatas, debido a que es el punto de encuentro de todos los visitantes y al tener horarios preestablecidos no interferiría con el turismo nocturno de la localidad.

La Plaza San Francisco con un 20% de visitas promedio, es un gran destino para manifestaciones culturales, ya sea el gran entorno que lo rodea, por ser uno de los puntos más transitados de la ciudad.

Los alrededores del Palacio Municipal (6%) como el monumento a la Fragua del Vulcano, es el sitio más idóneo para el proyecto, ya que no se le ha dado la importancia suficiente a este atractivo, lo que lo promocionaría, además de que este sector es utilizado para muchas manifestaciones culturales.

3.2 Promoción del programa en hoteles y agencias de viaje para que exista mayor difusión.

Se elige a estos productores turísticos para la promoción del programa debido a lo que pueden aportar al mismo, ya sea para el medio local o principalmente el extranjero.

En el caso de los hoteles, en recepción podrán contar con una cantidad de flyers suficientes para entregar a cada huésped que utiliza sus servicios, así podrá propagar la idea del proyecto a sus usuarios como un nuevo atractivo cultural de la ciudad y de esta manera no hay la necesidad de contratar un servicio aparte para la distribución de publicidad ya que el hotel indirectamente la está haciendo y no perjudica en su imagen, más bien la aumenta.

En lo que se refiere a Agencias de Viajes hay dos maneras en las que el programa se puede ver beneficiado en el ámbito local y el extranjero:

3.2.1 Local

Al solicitar información por cualquier paquete que exista a los diferentes destinos que ofrece el país, al igual que en los hoteles, se puede promocionar mediante flyers el programa cultural, de esta manera el cliente aparte de la información que buscaba se dará cuenta de esta nueva forma de hacer turismo y con la grata sorpresa de que es en la misma ciudad en la que se encuentra.

3.2.2 Extranjero

Al no existir aún en el país una agencia de viajes especializada en el turismo musical, se puede adaptar a las existentes a la promoción del programa, ofreciendo paquetes turísticos a los usuarios que ofrezcan los servicios básicos como el hospedaje, alimentos y bebidas pero con un agregado que sería la visita al centro histórico de Guayaquil para disfrutar de una jornada llena de música, historia y excelente entorno.

3.3 Establecimiento de horarios para mantener una sistematización de las programaciones.

Se establecerá un horario específico para la programación de los conciertos, ya que de esta manera se podrá controlar de manera organizada la asistencia del público, el análisis de que hora produce mayor demanda.

También al tener un horario estandarizado, se podrá prever de cualquier otro evento que la municipalidad o alguna otra entidad vayan a realizar en alguno de los puntos que participan del programa, para así poder darle su espacio necesario.

La opinión de la ciudadanía también fue de mucho uso para este punto, lo que ayudó en la construcción de un horario que agrada a la ciudadanía.

Según los resultados de la encuesta, el horario prestablecido en la que la ciudadanía ve más idóneo la visita los lugares de los conciertos y la realización de los mismos es:

Tabla No. 9

Horarios Establecidos para la Realización de los Conciertos según las Encuestas

Días de la Semana	Rango Horario
Lunes a Viernes	15:00 a 17:00
Fines de Semana	19:00 a 21:00
Ferriados	10:00 a 12:00

Fuente: Elaborada por Autor

Con este horario se podrá empezar a trabajar de manera más organizada y sin obstaculizar a otros eventos que se realicen, además de poder satisfacer las necesidades de las personas como también de los artistas.

Basándose en un cronograma de festividades musicales se podrán establecer que en días específicos y con la ayuda del horario anteriormente establecido, se realicen para la celebración de estas fechas conciertos con una temática en específico. Formando de esta manera una especie de pequeño festival musical.

A continuación una tabla con las fechas de algunas de las principales celebraciones en el mundo de la musical local y mundial:

Tabla No.10

Conciertos con Temática Especial

Día	Mes	Evento
15	Abril	Día Mundial del Arte
3	Mayo	Día Mundial del Rap
4	Junio	Día del Artista Ecuatoriano
1	Julio	Día Mundial del Reggae
2	Julio	Día Mundial del Bolero
13	Julio	Día Mundial del Rock
30	Septiembre	Día del Orgullo Salsero
1	Octubre	Día del Pasillo
22	Noviembre	Día Mundial de la Música
26	Noviembre	Día Mundial del Merengue

Cabe añadir que en el futuro, más fechas podrán ser agregadas, para que de esta manera se abarquen más géneros, temáticas y fechas a través de todo el año.

3.4 Recurrir a diversos medios relacionados para obtener información de artistas que han participado en sus programas y contactarlos para exponerles este proyecto.

Cada uno de los destinos donde se recurrirá para la promoción del programa incentivación de turismo cultural fue elegido no solo por las oportunidades que le brindaría al mismo, sino también por su aporte a la sociedad cultural a través de la historia.

A continuación un breve análisis de su aporte a la sociedad y las oportunidades que brindará al programa.

3.4.1 Radiodifusoras

La radio tiene la virtud de poder llegar hasta el último rincón de la geografía de diversos países, llegando a ser incluso el único medio de comunicación en muchos lugares de Latinoamérica. En países como Ecuador la radio tiene la capacidad de contribuir y articular sectores entre sí para poder vincularlos con propuestas y proyectos de alcance nacional, como el turismo musical. La retroalimentación con los oyentes hace de la radio una herramienta esencial en la comunicación. (Blog Haciendo Radio, 2008)

Su importancia como medio de difusión, se concentra en la naturaleza que representa como medio en sí, ya que posee, un trato más personal con los oyentes, elemento que carecen los otros medios. Uno de los factores más importantes de la radio es su costo de producción que es menos elevado en comparación a la televisión y otros medios, lo cual permite utilizar elementos creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales. (Ocampo, 2006)

Para este proyecto y siendo consciente en lo que la radio puede aportar para él, no solo por lo ya mencionado sino además que para el artista independiente siempre ha sido la forma predilecta de difusión.

Gracias a esto las radios podrán convertirse en fuentes de artistas nuevos que necesitan promocionarse y que podrán conseguirlo con una nueva oportunidad para esto, en los conciertos al aire libre que este programa de incentivación cultural propone.

De esta manera el artista se promociona y el programa recibe constantemente nuevos talentos para poder aportar con cultura a la ciudad de Guayaquil.

3.4.2 Conservatorios

La importancia de estudiar música, es probablemente uno de los factores que más inciden en la cultura moderna, la persona que busca aprender música siempre se guía por su pasión para progresar en ella.

Por lo general, los conservatorios suelen evocar imágenes de escuelas especializadas en interpretar música erudita, pero en realidad es mucho más que solo eso, personas de variadas edades que buscan el poder comunicarse sin utilizar la voz, buscan comunicarse a través de la música.

Son las instituciones plenamente consagradas en el estudio de la música, que ocupan un lugar privilegiado en la estructura cultural de una sociedad.

El nombre tan particular de estas instituciones tienen un origen que se remontan a la Italia Renacentista, entre los siglos XV y XVI, comenzaron en forma de convento monasterios y hospitales, la mayoría eran instituciones financiadas de la caridad pública, es decir para personas de escasos recursos.

Estos hospitales atendían niños y jóvenes juéganos, con el fin de educarlos en todas las disciplinas y brindar un aporte a la comunidad de entonces, es por esto que la implementación primero de coros y luego de instrumentos mayormente de cuerdas (guitarra, violín, chelo) fueron los enseñados. De estos conservatorios que luego sobrepasaron la frontera de Italia, siempre con el formato anteriormente mencionado se destacaron compositores legendarios como: Vivaldi, Monteverdi, Bach, Mozart, etc. (Aguirre, 2012)

Se lo llevo a conocer como conservatorio debido a la función de "conservar" que realizaba con la vida d estos niños y jóvenes, y gracias a este concepto en la actualidad se sigue la principal filosofía la de conservar y hacer perdurar el arte.

Al igual que con las radiodifusoras, los conservatorios son para este proyecto un factor clave en materia de conseguir participantes que quieran promocionarse o simplemente tocar por placer.

Ya que su función principal es la de preparar músicos y debido a que la demanda o apoyo hacia ellos en la ciudad es casi inexistente, este programa de desarrollo los ayudará.

Principales Conservatorios Privados de Guayaquil según el CEAACES¹⁹: (EcuadorUniversitario, 2012)

- Conservatorio Superior de Música y Artes Sergei Rachmaninov
- Conservatorio Superior de Música Rimsky Korsakov

¹⁹ Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior del Ecuador

3.4.3 Televisión

A diferencia de los músicos de conservatorio que son preparados desde pequeños, también existen los autóctonos que han aprendido por su cuenta, que en cuanto se refiere a teoría musical sean ignorantes, pero en talento unos genios.

Este tipo de músico es el que normalmente al ver que su pasión es la música y no tiene el tiempo o el dinero para un conservatorio (la mayoría de la ciudad renombrados tienen altos precios), ven como oportunidad la participación en realitys de televisión.

Los realitys o en español programas de realidad, se han realizado en los últimos años en el país y por diversas cadenas. Se han convertido en una especie de trampolín para las personas que quieran probar suerte en el ámbito del espectáculo.

La televisión es uno de los mejores medios de promoción que existen para un nuevo artista, sin embargo las oportunidades de triunfar en estos programas y mantenerse en la cima son muy escasas, es por esto que frecuentemente las personas que participaron de alguno de estos programas pero no consiguieron llegar a las instancias finales del mismo, se ven con una puerta cerrada frente a ellos, por lo que empieza el desperdicio de talento.

Al recurrir a las televisoras por información de estos artistas "rechazados", nuevamente el programa se verá beneficiado ya que contará inclusive con la garantía que estos artistas ya pasaron por un previo casting, demostrando su calidad en el escenario y su talento musical, por ende se logra nuevamente una nueva oportunidad para estos artistas que hasta cierto punto quedaron olvidados.

3.4.4 Internet

Las redes sociales en la actualidad son un elemento clave a la hora de comunicar sobre la realización de un evento, a personas que podrían ser consumidores en potencia o a la población en general.

Herramientas digitales como Facebook, Twitter, YouTube entre otras, son una manera de vinculación y una solución idónea para el desarrollo de este tipo de proyectos.

Estas son las actividades que se sugieren para poder realizar el proyecto de desarrollo del turismo musical a través de la música en la ciudad de Guayaquil, ya que al no ganar ingresos por sí solo, si puede solventar sus necesidades con las alternativas dadas en este capítulo, así logrando un beneficio a todas las partes involucradas en el mismo

3.5 Análisis de los medios de generación de ingresos y promoción artística para los músicos intervinientes.

Los músicos guayaquileños en la actualidad y durante algún buen tiempo han carecido de oportunidades para poder vivir únicamente de la música, debido al nulo apoyo de las entidades que deberían darlo.

En este capítulo se describirá con más detalle si es posible o no vivir de la música en la actualidad, también de cuales son algunos de los problemas que padecen los músicos independientes cuando quieren hacer de la música una forma de vida, y por último se abordara el tema de como este proyecto puede brindar a los músicos una forma de promocionarse, y de qué manera.

3.5.1 Vivir de la Música

La idea de que es muy difícil vivir de la música se ha vuelto muy popular en la actualidad, inclusive se dice que es imposible. Sin embargo, alrededor del mundo existen seres humanos músicos que han obtenido logros en esta disciplina que sin extraordinarios.

Las personas interesadas en seguir una vocación de manera profesional, escuchan o buscan testimonios de expertos que han alcanzado el éxito en su rama, como la musical, para tener alguna imagen de referencia.

Inclusive en ciertas universidades alrededor del mundo sus docentes, les aconsejan a los padres de familia que aconsejen a sus hijos a elegir realmente la carrera que les guste, que no se fijen en ganancias plasmadas en dinero, sino más bien en felicidad. Tienen la ideología de que si un trabajo le agrada al que lo realiza, su productividad se verá severamente aumentada, lo cual no está alejado de la realidad.

Ya que en la sociedad ecuatoriana al artista por vocación, ya sea músico, pintor, escultor, actor etc., se lo ve de manera un poco despectiva, ya que al no ser las profesiones "tradicionales" se precipitan conceptos como que las profesiones basadas en las artes no dan dinero, o que simplemente no se puede vivir de ellas.

El sujeto que quiere elegir las artes como profesión y sobretodo el músico debe ser una persona emprendedora, capaz de generar nuevas ideas, y esto debe aplicarse en el Ecuador como en cualquier parte del mundo, un mundo que cada vez está más globalizado, por lo que marcar la diferencia entre una persona y otra es esencial.

Los artistas son los responsables de plasmar la cultura desde un punto de vista artístico dentro de la sociedad, lo cual conlleva una gran responsabilidad, la preservación e innovación cultural, arriesgarse a nuevas ideas, métodos etc., pero siempre brindar una creación nueva, o desde la perspectiva del consumidor un producto nuevo.

Actualmente el músico cuenta con un abanico de posibilidades inmenso, donde puede desenvolverse de manera libre, esto principalmente porque es un profesional multidisciplinario, es decir no solamente tocar para ser famoso, salir en televisión y tocar en grandes escenarios, sino también adaptarse a variadas opciones que se puedan presentar en el campo laboral (Uniacc)

Es posible vivir de la música, pero como todo necesita de muchas horas de práctica, disciplina, dedicación y sobretodo pasión para poder atravesar los momentos no tan buenos, pero recibir con buena cara los que sí lo son.

3.5.2 Obstáculos para poder vivir de la música

Existe una problemática generada por padres y jóvenes cuando la decisión por optar por una carrera artística sale a luz, esto ha conllevado a que la deserción en la educación superior es cercana al 30% cuyo mayor factor de incidencia es la problemática mencionada.

Esto se debe a la falta y/o mala información que lleva a los estudiantes a ingresar a carreras que no son de su agrado o no tienen el suficiente conocimiento de los contenidos de la misma no de los procesos para la obtención de un título.

Las universidades tienen la responsabilidad de explicar no solo en la malla curricular, sino además tratar de que experimenten en nuevas facetas, y que el alumno se proyecte en la carrera que desee a futuro, ya sea por opciones de empleo, ganancias o estabilidad económica. (Uniacce)

Uno de los errores más comunes que realiza el músico novato, es el volverse incógnito por voluntad propia, esto sucede al no querer mostrar las composiciones que ha hecho por sentirlas muy personales o porque no crea que sean lo suficientemente buenas para el agrado del público en general.

En realidad al principio no es cuestión si los primeros ritmos compuestos sean buenos o malos, ya que eso se puede cambiar, adaptar o corregir a su debido tiempo, tampoco de pensar en qué dirán las demás personas, un complejo muy común; sino en lo más importante que es crear un producto de calidad que esté lleno de innovación y que demuestre el talento de la persona.

Actualmente las disqueras encargadas de buscar nuevos talentos son cada vez más exigentes con la calidad del producto que se les entregue, debido al alto grado de competitividad que existe en la industria, además de que el producto entregado cumple con el perfil que ellos buscan, lo más probable es que no lo tomen en cuenta lo cual es otro factor en contra.

Para vivir de la profesión musical, como toda profesión requiere muchísima dedicación, y en muchos momentos estar expuesta a factores externos que no se pueden controlar y que afectar negativa o positivamente en la industria.

Ya sea la piratería, la cual es una de las mayores causas de ya casi no existan tiendas de música, los altos precios para la grabación de un disco o un demo, e incluso la no oportunidad de tener un escenario en donde presentarse.

Aquellos que quieren vivir de la música deben tener ese punto como una meta mas no como un sueño, deben vivir el presente y no desesperarse por lo que pueda suceder en el futuro, y sobretodo si comprenden que la música también es una profesión, actuar como profesionales. (Mato, 2012)

La mayoría de personas que ha intentado o querido estudiar música, por los factores mencionados anteriormente y muchos más terminaron estudiando otra carrera, la cual no siempre es de su completo agrado.

Esto en muchos casos se debe a la falta de apertura en el tipo de enseñanza en muchos caso, por ejemplo en los conservatorios lo que más se enseña es a interpretar música clásica, la cual es la base para desarrollar un oído musical, pero llega un punto en la vida de la persona que estudia música en que debe tomar una decisión, ir por otro rumbo hacia el género que le agrade, es decir abandonando en muchos casos la escuela de música formal, o seguir en la línea clásica pero sin que esta sea de su completo agrado.

Una de las mayores dificultades que puede encontrar el nuevo músico en este mercado es que en un principio no es rentable, ya que normalmente se debe invertir dinero en equipos, salas de ensayo, grabaciones de demos, etc., sin producir ganancias ya que la meta al principio es promocionarse, además de que cuando se toca gratis en algún lugar para la promoción de la misma, los organizadores del eventos o dueños del lugar no permiten a las bandas vender mercaderías o ir más allá en promoción que solo la interpretación en escenario.

El mercado musical y el querer vivir de la música es una gran inversión de tiempo y dinero que no todo el mundo es capaz de realizar, por el temor a que no se haga rentable o por simplemente perder la paciencia.

El poco interés de empresarios también afecta a los nuevos artistas, ya que ellos prefieren no arriesgarse con alguien que aunque tenga talento, por no ser conocido no dará ventas al principio, en su lugar se enfoca en bandas ya consagradas para así asegurar sus ganancias, esto se debe a que no hay restricciones ni normativas que regulen a los empresarios en este sentido.

Normativas como permitir que sigan haciendo lo que hacen, con la condición que también utilicen parte de la publicidad masiva que utilizan con festivales de bandas independientes, para ganar audiencia. (Juanse)

En el país, hace poco tiempo el gobierno elaboro una propuesta para ejecutar un proyecto de ley en la Asamblea, la tan polémica "Ley de Comunicación", la cual pretende regular contenidos en los diferentes medios de comunicación ecuatorianos.

La comúnmente denominada "Ley Mordaza", no solo trata de normativas y restricciones en la transmisión de contenidos en los medios de comunicación, sino que también existen otras partes de la misma que buscan proveer y asegurar la igualdad de oportunidades de los habitantes.

La ley "1x1" es la encargada de realizar esto, la cual es un artículo que se encarga mediante la aplicación de normas obligatorias a que todas las estaciones de radio incluyan en su oferta hasta un 50% de artistas nacionales en su programación habitual.

A raíz de esta iniciativa que ayuda al talento nacional y combate los monopolios musicales, muchos músicos han apoyado la propuesta, con campañas y otras manifestaciones para que el arte que ellos crean, sea disfrutado por todos.

Gracias a la conmoción que ha causado la ya mencionada ley, la escena musical del Ecuador, ha comenzado iniciativas independientes, desde eventos musicales en los que se busca el apoyo al artista nacional, hasta movilizaciones virtuales como catálogos de artistas ecuatorianos en línea., lamentablemente en Guayaquil no se han promovido tan energéticamente como en otras ciudades del país. Históricamente, artistas clásicos y contemporáneos han luchado por su cuenta para lograr que su obra no sea menospreciada y llegue a ser apreciada por cuantas personas sea posible para así lograr conseguir seguidores y sobretodo apoyo. Crear música, es un acto de emprendimiento y exige como ya se lo mencionó dedicación y esfuerzo.

En la ciudad existen actos musicales de gran variedad y en muchos casos espectaculares que merecen ser escuchados por la ciudadanía en general, lo interesante es que a pesar de no contar con el apoyo necesario, estos artistas aprovechan los pocos medios que tienen a su alcance para su promoción.

La cultura musical en el país tiene un común denominador entre sus habitantes, es escuchar canciones con temas que hablan de amor, alguna ruptura amorosa, tracción amorosa y temas de esa línea, lo que le resta a atención a otros temas interesantes que hay en el mercado, quitándole la oportunidad de también darse a conocer.

A pesar de las propuestas establecidas por el estado, ser músico o artista en el Ecuador es algo muy difícil de conseguir, es muy común escuchar noticias que bandas de trayectoria a nivel local se desintegres después de 10 años o más de luchar en el mercado y no recibir la difusión ni la acogida suficiente por el medio y el público.

También están las radios que no permiten en sus transmisiones, actos independientes por temor de perder audiencia ante algo nuevo y desconocido, o porque en muchos casos piden cifras exageradas de dinero que por supuesto un artista nuevo e independiente normalmente no podría cubrir.

El internet es una de las herramientas principales para una gran cantidad de músicos profesionales y aspirantes a artistas a nivel mundial, es por esto que muchos artistas en la era moderna han optado por quitar el intermediario y ser su propio manager, ventajas que antes no existían. Aunque tiene sus consecuencias, ya sea falta de experiencia en realizar negocios o la simple disponibilidad de tiempo. (Varas, 2012)

En Guayaquil en lo que va del año actual según el INEC20 el tiempo promedio que uno de sus residentes ocupa en la semana para actividades culturales es de 4 horas 21 minutos, que en comparación a ciudades como Quito y Cuenca que ofrecen más atractivos culturales es mucho menor, pero esto no se debe a que no exista programación cultural en la ciudad, porque si la hay, el problema radica en que simplemente la ciudadanía no le presta atención. (Diario El Universo, 2012)

El municipio de Guayaquil apoyándose en la fundación metrovía, ofreció este año al publicó el proyecto "Música en la Metrovía", el cual consiste en la participación de varios artistas ya sean grupos o solistas guayaquileños que interpretan diversos géneros musicales.

El proyecto se diseñó para que integrara cuatro estaciones de este medio de transporte: Bastión Popular, IESS²¹, Caraguay y Mapasingue, en los que simultáneamente a las 17:00 las bandas interpretaban su música.

Los conciertos se ofrecían en los exteriores de cada parada y tenían una duración aproximada de dos horas, además se preparó un tiraje de cerca de 2000 álbumes que reúne dos melodías por cada agrupación participante que cada música podía comercializar por el valor de \$1

Lamentablemente este proyecto solo se extendió hasta el 29 de Junio del presente año, pero se espera a que por lo menos sea un evento que se realice de manera anual. (Diario El Universo, 2012)

²⁰ Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

²¹ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Como se mencionó en Ecuador aún es muy difícil sobrevivir de la música, sobretodo en Guayaquil que con factores como la piratería, baja promoción y demanda del producto que hacen una carga demasiado grande forzando al artista a no progresar profesionalmente.

La iniciativa del municipio es una idea innovadora, pero lamentablemente no es permanente. Si se quiere cultivar la cultura musical en los Guayaquileños como era en la antigüedad se necesita de un programa que funcione durante todo el año que lo que este proyecto propone, para una de cierta manera capacitación indirecta hacia la ciudadanía.

3.5.3 Promoción hacia los Músicos Participantes

Como ya se lo ha mencionado, este proyecto brindara el espacio para que los artistas locales se promocionen, no solo tocando, sino además de distintas manifestaciones comerciales que ellos crean pertinentes.

El público no se verá en la obligación de comprar ningún producto, pero si le agradó la presentación del artista, lo más probable es que muy aparte de la compra de un producto en específico, lo vea como una donación hacia el artista a cambio de algo de su agrado. (O'kelley, 2012)

A continuación se mostraran maneras en que los músicos intervinientes pueden utilizar la oportunidad de este programa para su promoción:

- Asignar personas de confianza para un equipo de marketing, ya sea amigos familiares, etc., Estas personas serán responsables de organizar las actividades promocionales, supervisando que todo salga bien. En caso de contar con alguien, los miembros de la banda también pueden hacer, evitándose así el intermediario. Para atraer a más personas en un principio se puede entregar CD gratis, o remeras con algún aditivo especial.
- Promocionar el concierto vía internet, ya sea en una red social o en una página oficializada, vía mail, o afiches. De esta manera y gracias a las facilidades que brinda este medio de comunicación la noticia de que tal banda se presentara en tal lugar, se propagará

- Si se tiene alguna persona perteneciente al grupo de apoyo, esta puede ir promocionando a la banda como tal y sus productos también durante la presentación de la misma, tipos de promoción como calcomanías, parches son los más adecuados.
- Tratar de invertir un valor moderado en marketing, ya que la mayor parte de dinero de una banda novata se va en alquiler o compra de instrumentos, siempre calcular cuando se gastará y en cuanto tiempo es posible una recuperación y ganancia de la inversión.

La empresa privada ha empezado a creer más en la industria musical independiente, apoyando y patrocinando eventos de este tipo, ya que se han dado cuenta que el "target" al que llegan estos eventos es en muchas ocasiones más funcional que en campañas realizadas en medios masivos lo que les presenta un gasto mucho menor en la publicidad, por lo que poco a poco la difícil vida de promocionarse con músico para ser conocido tiene menos obstáculos

Los artistas participantes al participar de este programa y paralelamente con una oportunidad de promoción gracias al mismo, podrán tomar más en serio la profesión y principalmente la ciudadanía podrá escuchar distintos géneros no tan comunes pero muy bien elaborados. (Szarruk, 2010)

La elaboración de este proyecto es de un guayaquileño para los guayaquileños, sus ciudadanos y sus músicos. Es tiempo de que la Perla del Pacífico tome su lugar entre las principales ciudades de Latinoamérica con oferta turística cultural.

Guayaquil puede convertirse en modelo de desarrollo para el país e inclusive el continente en lo que se refiere a promoción, desarrollo y cuidado de artistas nuevos, debido a que los recursos los tiene, la cuestión es utilizarlos y preservarlos.

3.6 Presupuesto

3.6.1 Inversión Inicial

Tabla No. 11

Inversión Inicial del Proyecto

DESCRIPCION DE LA INVERSION INICIAL	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Efectivo			\$ 150,00
Suministros de Oficina			\$ 25,00
Cartuchos Impresora	2	\$50,00	\$ 100,00
Entrevistas			\$ 25,00
Servicios Básicos			\$ 100,00
INVERSION TOTAL			\$ 400,00

Fuente: Elaborada por Autor

Explicación: En la inversión inicial de este proyecto, se tomaron en cuenta valores con los que empezó la realización del mismo. Cada uno de estos valores es un estimado de las herramientas que se utilizaron en un principio.

3.6.2 Balance Inicial

Tabla No. 12

Balance Inicial del Proyecto

BALANCE INICIAL			
AL 1 DE ENERO DEL 2011			
ACTIVOS		PASIVOS	
<u>Activos Corrientes</u>	\$ 275,00	<u>Pasivo Corriente</u>	\$ -
Caja	\$ 275,00		
<u>Activos Fijos</u>	\$ 125,00	PATRIMONIO	
Suministros de Oficina	\$ 125,00	Capital	\$ 400,00
<u>TOTAL DE ACTIVOS</u>	\$ 400,00	<u>TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO</u>	\$ 400,00

Fuente: Elaborada por Autor

Explicación: Este gráfico representa la inversión inicial del proyecto bajo el formato de balance inicial, debido a que no se recibe ningún préstamo o financiación de ese tipo, la cuenta de pasivos equivale a cero.

3.6.3 Expectativa de Venta a Entidades

Tabla No. 13

Expectativa de Venta de Propuesta

Gastos Varios	Cantidad	Precio	Subtotal
Director de Proyecto	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Total Director de Proyecto			\$ 1.000,00
Papelería			
Resmas de Papel	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Empastados	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Encuadernación	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Copias	450	\$ 0,02	\$ 9,00
Impresión	1000	\$ 0,05	\$ 50,00
Total Papelería			\$ 103,00
Gastos Varios			
Transporte			\$ 250,00
Servicios Básicos			\$ 150,00
Total Gastos Varios			\$ 400,00
Subtotal			\$ 1.503,00
Imprevistos			\$ 200,00
Utilidad (10%)			\$ 150,30
Costo Total			\$ 1.853,30
Inversión Inicial			\$ 400,00
Ganancia Total del Autor			\$ 1.453,30

Fuente: Elaborada por Autor

Explicación: Para este cálculo se estimaron los valores totales promedio en lo que costaría finalizar este proyecto de titulación, y se llegó a la conclusión de que se lo podría vender a alguna institución que desee aplicarlo por el valor de \$1853.30.

Esta cifra fue establecida tomando en cuenta que la demanda turística que necesita la ciudad, además de que ser un nuevo tipo de programa de desarrollo, en el mercado actual este es el precio promedio de ventas de propuestas hacia alguna entidad, como por ejemplo el Municipio.

Si se descuenta la inversión inicial de la realización de este proyecto, del costo total del mismo, se puede concluir que el autor del proyecto recibe en total 1453,30 recuperando así su inversión y ganando dinero.

Conclusiones

La idea de este programa nació al hacer la comparación con ciudades locales, como Quito que cuentan con un lugar aunque no sea especializado donde bandas tocan as sea por diversión o por una meta más seria, cuestión que en Guayaquil cuando existe dura poco debido a la poca demanda, o porque simplemente nadie quiere arriesgarse.

Se realizó un análisis comparativo entre la importancia de incrementar en la ciudad el turismo cultural versus los factores negativos que impiden el desarrollo del mismo, gracias a esto se llega a la conclusión que al no existir un programa que cuente no solo con el apoyo de alguna entidad, sino también bien estructurado y de carácter permanente, el desarrollo continuará desenvolviéndose de la misma manera que lo hace en la actualidad, es decir casi nulo.

El potencial turístico cultural de Guayaquil existe, está al alcance de todos sus ciudadanos, pero necesita mucha más promoción y soporte, sin esto es como si no existiera. Miles de artistas, actores y como se ha hecho hincapié músicos en la ciudad viven trabajando en otro oficio que es de su agrado tan solo para producir algo de dinero.

Otro punto desfavorable es que instituciones musicales públicas como el conservatorio Juan León Neumann no tiene la infraestructura adecuada para una educación optima, y recibe poquísimo aporte de parte ya sea del gobierno o del municipio, y por el contrario los conservatorios privados tienen como cliente potencian a un selecto grupo de habitantes de la ciudad debido a sus altos precios, la educación musical en estos establecimientos es un lujo y no una oportunidad.

Con el desarrollo de esta propuesta se busca conseguir un aporte significativo en el crecimiento cultural de Guayaquil, y a su vez explotar el lamentablemente en decadencia turismo cultural de la ciudad,

Las diversas actividades señaladas en el desarrollo de la propuesta, se crearon para lograr alcanzar de manera más eficiente la meta deseada, que la Perla del Pacífico vuelva a ser conocida por su oferta musical.

Por último este proyecto ofrece a los artistas que intervengan en él una nueva oportunidad, antes no existe, para la promoción de su música, ya que la otra base de este proyecto es ser vitrina de nuevos talentos, para que la ciudadanía conozca de estos nuevos géneros y artistas, y con la posibilidad de que sean del agrado de alguna compañía discográfica. Lo que se intenta buscar es el desarrollo de estos artistas, sin afectar de manera negativa el entorno que los rodea, más bien mejorarlo a base de cultura.

Evocando a la gran cultura musical del puerto principal de antaño, se espera lograr poco a poco un cambio en la actitud de las personas, para que a largo plazo, descubran que no es tan "aburrido" ir al teatro o a una exposición de arte, que existen otros géneros musicales, escondidos por los medios al no ser tan comerciales. Pero sobretodo se espera que Guayaquil sea cuna de nuevas expresiones culturales.

Recomendaciones

Entre las recomendaciones que se pueden ofrecer está el posible mejoramiento de la metodología, debido a que ya establecido el programa, abrirá nuevas fronteras en las que la entidad que organice el evento tendrá la libertad de explorar hacia donde quiere expandirse, dando más alcance al mismo.

Ya establecido el programa, se podrían aumentar las locaciones donde se realizarán los conciertos, de tal manera que a largo plazo los principales atractivos turísticos de toda la ciudad estén cubiertos por este programa.

Se podría solicitar al municipio que realice un programa de capacitación hacia aerolíneas, agencias de viaje y hoteles, sobre la importancia del turismo musical, y en el caso de las agencias de viaje los beneficios que trae la venta de paquetes de este tipo.

Nuevamente con el programa ya establecido, se podrían implementar festivales temáticos mensuales muy aparte de los realizados por alguna festividad musical citada a lo largo del documento, los cuales en ciertos días de un mes en específico, se interpreten canciones de un género en específico, por ejemplo "Festival de Rock de Febrero" o nombres afines según la demanda y como se vaya desarrollando el mercado.

Continuar el desarrollo del turismo cultural con nuevos proyectos, que no se estanque, ampliar las disciplinas artísticas, implementar talleres de capacitación para personas que les agrada el arte pero no tiene los recursos necesarios o el tiempo para asistir a un conservatorio o escuela de arte.

Encontrar nuevas maneras de promover el programa por medio de boletines de prensa enviados vía correo electrónico, para que de esta forma los medios de comunicación tengan alcance a la información del programa. Esto puede ser fomentado incluso por los artistas participantes.

El talento nacional, o en general el talento artístico debe empezar a lograr un desarrollo con este tipo de programa, ya sea para convertirse en una base económica para los artistas o para situarse entre los principales atractivos de la ciudad, por ende la vitrina ya establecida a los músicos intervinientes con la propuesta, debe estar siempre sujeta a un seguimiento para el bienestar de los participantes y del público que disfrutara del show.

Bibliografía

- Aguirre, M. E. (2012): *Los conservatorios de música: historias olvidadas*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos31/conservatorios-musica-historias-olvidadas/conservatorios-musica-historias-olvidadas.shtml>
- Arosemena, C. B. (2011, Agosto 31). *La Cultura de la Falta de Cultura* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.desdemitrinchera.com/2011/08/31/la-cultura-de-la-falta-de-cultura/>
- Arvin, R. C. (2004). *MPB: La provocación de la Integración. Textos de Brasil*, (11) 22-37.
- Aventura, E. C. (2011). *Guayaquil, La magia del Pacífico Sur*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.ecuadorcostaaventura.com/guayas/guayaquil_02.html
- Bamford, J. (2012, Noviembre 11). *Do Music Festivals Contribute to Tourism?* [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.travelmole.com/news_feature.php?news_id=1137830
- Baray, H. L. (1999). *Introducción a la metodología de la investigación*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros/2006c/203/2n.htm>
- Benshcheidt. (1974). *Ocio y Turismo*. En B. Salvat. Barcelona: Salvat.
- Boscán, A. (2012, Octubre 14). *Los impuestos vacían teatros en Guayaquil*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.expresiones.ec/ediciones/2012/10/05/cultura/los-impuestos-vacian-teatros-en-guayaquil/>
- Cabrera, J. (2012, Agosto 12). *Acá no tenemos un lugar donde construir al espectador: la universidad*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://eltelegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=49688&Itemid=30
- Cabrera, J. (2012, Agosto 21). *En Guayaquil, las instituciones culturales están en su peor momento*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=50697&Itemid=30
- Campos, C. (2010). *Blog de Turismo Musical*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://turismomusical.wordpress.com/destinos-musicales/>

- Capriotti, P. (2012). *La Identidad*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.rppnet.com.ar/identidad.htm>
- Chierichietti, L. (2012). *La promoción del turismo musical: los festivales de música en Facebook*. (10) Pasos, 49-58.
- Connell, J., & Gibson, C.(2005). *Music and Tourism; On the Road Again*. New York: Channel View Publications.
- Constituyente, A. (2008). *Constitución del Ecuador*. [Lectura en PDF]. Recuperado de: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Cuellar, A. (2012). Metropolitan Music Enterprises. [Tesis Doctoral, Universidad de Palermo, Buenos Aires] Recuperado de: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/552.pdf
- Culturas, M. d. (2009). *San Luis Música*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.musica.sanluis.gov.ar/MusicaAsp/paginas/pagina.asp?paginaid=25>
- Debussy, C. (2008). *Definición Música*. [Lectura en PDF]. Recuperado de: http://www.br.inter.edu/dirlist/Educacion_CienciasSociales_EstudiosHuman/jose_rivera_esparra/GEPE%203020/GEPE%203020%20clase%2013.pdf
- Diario El Comercio. (2010, Julio 8). *El Grupo de Guayaquil y su huella*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.elcomercio.com/cultura/Grupo-Guayaquil-huella_0_294570579.html
- Diario El Telégrafo (2012, Agosto 12). *Acá no tenemos un lugar donde construir al espectador*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://eltelegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=49688&Itemid=30
- Diario El Telégrafo 2012, Agosto 21). *En Guayaquil, las instituciones culturales están en su peor momento*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=50697&Itemid=30
- Diario El Universo. (2012, Noviembre 4). *En Guayaquil se descansa casi el doble, revela encuesta del INEC*. [Lectura en línea]. Recuperado de:

<http://www.eluniverso.com/2012/11/04/1/1445/guayaquil-descansa-casi-doble-revela-encuesta-inec.html>

Diario El Universo. (2011, Noviembre 21). *Hoy cumple 162 años la Sociedad Filantrópica*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2011/11/21/1/1446/hoy-cumple-162-anos-sociedad-filantropica.html>

Diario El Universo. (2011, Mayo 11). *¿Es posible Vivir de la música?* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2011/05/12/1/1534/posible-vivir-musica.html>

Diario El Universo (2012, Junio 21). *Preparan Conciertos Paradas Metrovía*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2012/06/21/1/1550/preparan-conciertos-paradas-metrovia.html>

Estrada, J. (2012, Junio 15). *Entrevista a Historiadora Jenny Estrada*. [Audio en línea]. Recuperado de: <http://bridgeurl.com/entrevista-a-historiadora-jenny-estrada-por-jose-murrieta-17-06-12>

Funciona A. (2012). *Intensidad del Sonido de diferentes Fuentes*. [Lectura en Línea]. Recuperado de: http://www.asifunciona.com/tablas/intensidad_sonidos/intensidad_sonidos.htm

García, J. S., & Holgado, M. d. (2002). *La Función social del patrimonio histórico: El turismo cultural*. España: Universidad de Castilla - La Mancha.

Grund, N. (2011). *Hibridatur*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://hibridatur.com/2011/03/30/turismo-musical/>

Historia, T. (2008). *Teoría del Turismo*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://turismohistoria.blogspot.com/2008/04/etimologa-y-evolucion-del-concepto-de_26.html

Inec. (2008). *La ciudad de Guayaquil: Población y Vivienda*. [Lectura en Word]. Recuperado de:

<https://docs.google.com/document/d/1cYSgcKWSPzRHSivUoZyKDA6OvMm9sRELHz8sQDt8bs/edit>

- Juane M. (2009). *Porque vivir de la música no es tan buen negocio*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://juansems.blogspot.com/2009/04/porque-vivir-de-la-musica-no-es-tan.html>
- Lines, D. K. (2005). *La educación musical para el nuevo milenio*. Madrid: Oxford/Morata.
- Litoral, S. d. (2008). *Guayas* [Folleto]. Guayaquil, Ecuador.
- M. d. (2008). *Primera Escuela de la Música*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://museojuliojaramillo.com/index.php?option=com_rsgallery2&page=inlinene&id=38
- Miguel Ángel Gómez Borja, J. A. (2005). *Gestión del Turismo Cultural y de ciudad*. La Mancha: Universidad de Castilla.
- Ministerio Coordinador del Talento Humano (2012. Noviembre 15). *Universidad de las Artes se enmarca en la revolución educativa*. [Lectura en línea] Recuperado de: <http://www.conocimiento.gob.ec/universidad-de-las-artes-se-enmarca-en-la-revolucion-educativa/>
- Ministerio de Turismo (2008). *Plandetur 2020*. [Lectura en PDF]. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/zulieth/conceptos-generales-de-turismo>
- Museo, J.J. (2012, Junio 17). *Imágenes tomadas del Museo de la Música Popular Julio Jaramillo*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://imageshack.us/g/855/1002625t.jpg/>
- Museo, J.J. (2012) *Protagonistas*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://museojuliojaramillo.com/index.php?option=com_content&view=article&id=62&Itemid=29
- O'kelley, J. (2012). *Cómo comenzar un equipo callejero para promocionar una banda*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.ehowenespanol.com/comenzar-equipo-callejero-promocionar-banda-como_123122/

- Ocampo, D. (2006, Octubre 06). *La Importancia de la Radio*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://danielocampo.wordpress.com/2006/10/06/la-importancia-de-la-radio/>
- Olabuénaga, J. I. (1999). *La Entrevista*. . [Lectura en PDF]. Recuperado de: http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Entrevista_doc.pdf
- OMT. (2010). *Open English*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/zulieth/conceptos-generales-de-turismo>
- Panamarte, M. (2012, Mayo 23). *La Parte Técnica: El Origen de la Palabra Arte en Español*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://panamarte.net/2012/05/origen-palabra-arte-espanol/>
- Pino, E. A. (2012). *Enciclopedia del Ecuador*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=2286&Let=>
- Puya, T. C. (2002). Recuperación del Patrimonio Cultural Urbano como Recurso económico turístico [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/tesis/ghi/ucm-t25959.pdf>
- Ripoll, F. (2012, Abril 15). *Aplausos para el Turismo Musical*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.diaadia.com.ar/cordoba/aplausos-para-turismo-musical>
- Schweizer, K. (2011, Mayo 15). *Music Tourism in the U.K. Contributes \$1.4 Billion Each Year to Economy*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.bloomberg.com/news/2011-05-16/music-tourism-in-u-k-contributes-1-4-billion-a-year-to-economy.html>
- Suárez, M. (2011). *Cálculo del Tamaño de una Muestra* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos87/calculo-del-tamano-muestra/calculo-del-tamano-muestra.shtml>
- Szarruk, F. (2010). *Como Mercadear y Promocionar un Producto Musical en Latinoamérica*. [Lectura PDF]. Recuperado de: [http://www.amiccolombia.org/amic/Conferencia NEGOCIO DE LA MUSICA INDEPENDIENTE.pdf](http://www.amiccolombia.org/amic/Conferencia_NEGOCIO_DE_LA_MUSICA_INDEPENDIENTE.pdf)

- Talavera, A. S. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-71832003000200003&script=sci_arttext
- Turismo, D. M. (2008). *Las Maravillas del Golfo de Guayaquil*. [Folleto]. Guayaquil.
- Turismo, E. P. (2012, Marzo 07). *Noticias Quito*. [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/quito_espera_incrementar_el_turismo_en_un_5--6029
- Turismo, E. P. (2012). *Quito Primer Patrimonio de la Humanidad*. [Lectura en línea]. Recuperado de <http://www.quito.com.ec/index.php/actividades/vida-nocturna/noches-patrimoniales>
- Turismo, M. d. (2012). *Estadísticas a Mayo 2012*. [Lectura en Word]. Recuperado de: https://docs.google.com/file/d/0B1kY8REAP_rHNFo5OTBxcU1zQWs/edit?pli=1
- Unesco. (2005). *Foro Subregional Turismo y Cultura*. [Lectura en Word]. Recuperado de: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:O055SAyw100J:portal.unesco.org/culture/en/files/29302/113352210611NOTA_DE_PRESENTACION_291105.doc/NOTA%252BDE%252BPRESENTACION%252B291105.doc+&hl=es&gl=ec
- Unesco. (2006). *Consejo Comunal de la Cultura y Artes de la Florida RM Santiago de Chile*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://cccalafior.blogspot.com/2006/09/definicion-de-cultura-segn-la-unesco.html>
- Uniacc, U. (2011). *Sí, Se Puede Vivir de la Música*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://uniacc.cl/inicio/noticias/203-difusion/778-si-se-puede-vivir-de-la-musica->
- Varas, A. (2012, Septiembre 15). *La balada del músico sin apoyo*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.larepublica.ec/blog/opinion/2012/09/15/la-balada-del-musico-sin-apoyo/>
- Villiers, P. d. (2010). Cuando la melodía se hace ruta. *Savia*, 10 (72), 50-52.

Virtual, D. (2011). Premios Huevo en Caller Corrientes. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.danzavirtual.com/premios-hugo-en-calle-corrientes/>

Zanelly, G. L. (2012). *Población y Muestra*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/Prymer/poblacin-y-muestra-3631173>

Ztar, C. (2011). *Estadística General*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/ChrisZtar/recoleccin-de-datos-estadsticos>

Anexo 1

Formato Preguntas Encuestas

La siguiente encuesta ayudará a obtener la opinión de la ciudadanía acerca de sus gustos musicales, su posición acerca de los programas existentes, y la de su disponibilidad de tiempo para la apreciación de los conciertos.

Edad:

Sexo:

¿De qué manera calificaría usted la cultura musical del guayaquileño?

Malo

Bueno

Regular

Excelente

¿Conoce usted los programas culturales que tiene la ciudad de Guayaquil?

Si

No

¿Cómo calificaría usted a los programas culturales que incentivan la cultura en Guayaquil?

Malo

Bueno

Regular

Excelente

¿Cuál es el lugar que más visita del Centro Histórico de Guayaquil?

Las Peñas

Palacio Municipal

Malecón 2000

Plaza San Francisco

¿Qué días asiste usted al Centro Histórico de Guayaquil?

Lunes a Jueves

Fines de Semana

Feridos

¿Qué horario considera usted convenientes para la realización de conciertos al aire libre en el Centro Histórico de Guayaquil?

10:00 12:00 am

15: 00 17:00 pm

19: 00 21:00 pm

¿De acuerdo a los años, cuál es la época musical que le agrada escuchar?

60's

70's

80's

90's

2000's

Otra _____

¿Qué género musical escucha con mayor frecuencia?

Rock

Salsa

Reggae

Merengue

Pop

Bolero

Rap

Otros _____

Anexo 2

Entrevista a Historiadora Guayaquileña Jenny Estrada

Estructura de la Entrevista

En la charla que se estableció con esta renombrada historiadora y directora actual del Museo de la Música Popular Julio Jaramillo de la ciudad de Guayaquil, se optó por una entrevista de tipo no estructurada debido a que se consideró que de esta manera se podían tratar más profundamente los temas en discusión.

Tópicos como:

- Oferta Cultural en Guayaquil
- Razones de la Involución Musical en la Ciudad
- Señalamiento de que no existe ningún programa que funcione de manera permanente
- El utilizar las ganancias de la música para subsistir
- Medios para promoción artística independientes

Cada uno de estos temas se ven plasmados a lo largo del proyecto, y fueron de mucha ayuda para su desarrollo debido a su gran contenido y a que su fuente, la Sra. Estrada tiene los pergaminos suficientes para referirse al tema.

Anexo 3

Entrevista Periodista Guayaquileño Diego Arcos

A continuación se enlistará el cuestionario establecido para la entrevista con el periodista deportivo Diego Arcos, conocedor de la cultura musical de la ciudad, por experiencias propias y de estudios realizados:

¿Por qué cree que ha involucionado (si es que piensa eso) la cultura en este caso musical en Guayaquil?

La cultura musical ha evolucionado en Guayaquil, no de una manera rotunda, pero si ha evolucionado. Ya hay mas aceptación a las bandas con temas propios, existe un fanatismo real a bandas de la ciudad. Se toca mucho más los temas de grupos de Guayaquil en radios, no por quedar bien con los muchachos, sino por q son buenos. Hay más tocadas en las semanas y la calidad de composición he mejorado de manera notable, lamentablemente esta evolución existe pero no poderosa.

¿Cree posible la implementación de un método (permanente, es decir que dure todo el año) para incentivar el turismo musical, y que sobretodo ayude a la sociedad y músicos locales?

Tal como entiendo y asimilo lo que es el turismo musical, lo veo posible pero no de manera inmediata, si .a futuro, con una estructura seria que ahora mismo no existe.

¿A su criterio, se puede vivir de la música en Guayaquil?

Por supuesto que se puede vivir. Pero no todos lo logran

¿Por qué cree que Guayaquil hasta cierto punto se ha estancado en desarrollo cultura, en comparación de otras ciudades del país? (Quito, Cuenca por ej.)

Se debe a que hay mucha migración a la ciudad, gente q habita en Guayaquil solo para sobrevivir y no vivir. No creo en el estancamiento, creo en el crecimiento lento, pero con la satisfacción de que ya camina hacia adelante. Mucha gente confunde que por no volverte millonario con dos obras o un disco o una película significa que no hay valoración., no es asa, es cuestión de calidad.

Quito y Cuenca son ciudades frías y el acudir a un lugar cerrado con algo que exponer, es mas común que en una ciudad donde el aire libre todavía es valorado, El aire libre que aporta en este caso Guayaquil tiene una cierta ventaja por su factor diferenciador.