

Quito, D.M., 10 de octubre de 2024

**Dirección Ejecutiva**  
**Instituto de Fomento a la Creatividad y la Innovación**

Yo, ENRIQUEZ POLO MARIA JOSE, jurado de la Convocatoria "Circulación nacional de obras de artes escénicas 2024", en mi calidad de Presidente/a del Comité de Selección, conformado por:

- CRUZ RUIZ MARCELO VLADIMIR
- ENRIQUEZ POLO MARIA JOSE (Presidente/a)
- ABRIL SALTOS RUTH GRACIELA

Hago entrega del Acta de Dictamen, con el siguiente detalle:

- Tabla de personas y/o proyectos no beneficiados, acorde a los criterios establecidos en las bases técnicas, que incluye: nombre del postulante, nombre del proyecto, dictamen y puntaje total.
- Tabla de personas y/o proyectos ganadores, acorde a los criterios establecidos en las bases técnicas, que incluye: nombre del postulante, nombre del proyecto, dictamen, puntaje total y monto del incentivo asignado.
- Tabla de personas y/o proyectos en lista de prelación, acorde a los criterios establecidos en las bases técnicas, que incluye: nombre del postulante, nombre del proyecto, dictamen, puntaje total y monto del incentivo aproximado.

Agradeciendo de antemano la favorable atención brindada a la presente. Me suscribo.

Atentamente

---

ENRIQUEZ POLO MARIA JOSE  
1712538832  
Presidente/a del Comité

## CONCURSOS PÚBLICOS IFCI 2024-2025

## ACTA DE DICTAMEN DEL CONCURSO PÚBLICO

### Convocatoria

Periodo: 2024

Convocatoria: CIRCULACIÓN NACIONAL DE OBRAS DE ARTES ESCÉNICAS

Periodo de Postulación: 2024-07-05 00:00:00 - 2024-08-30 13:00:00

### MIEMBROS DEL JURADO DE SELECCIÓN

CRUZ RUIZ MARCELO VLADIMIR  
ENRIQUEZ POLO MARIA JOSE (Presidente/a)  
ABRIL SALTOS RUTH GRACIELA

### DICTAMEN

### PROYECTOS NO GANADORES

| # | Proyecto             | Beneficiario             | Dictamen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Puntaje |
|---|----------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1 | DE LA MONTAÑA AL MAR | FRANCISCO JAVIER CARRERA | El proyecto presenta una diversificación de espacios que facilita el alcance de su audiencia objetivo, especialmente el público escolar. No obstante, aunque el plan comunicacional proporciona una visión general de la obra, carece de actividades específicas de difusión que fortalezcan su impacto. A pesar de que se detallan las actividades de preproducción y producción y el cronograma de ejecución, la propuesta presenta algunas incoherencias en relación con el presupuesto y el proyecto planteado. Además, es necesario incluir información sobre los valores de honorarios y asegurar la equidad entre ellos, así como realizar un estudio de mercado más exhaustivo para optimizar la logística de la gira. | 69      |
| 2 | EL VIAJE INICIAL     | FRANCISCO JAVIER CARRERA | La propuesta es coherente y la obra está lista para su circulación, pero la estrategia de gestión de públicos carece de claridad, lo que dificulta identificar el público objetivo y alcanzar la meta de audiencia. Además, faltan elementos clave, como la contratación un técnico de iluminación, y los honorarios no son equitativos ni coherentes con el mercado. El costo de la pauta en redes sociales no está justificado en función de la estrategia de comunicación y los rubros de movilización interna requieren ajustes.                                                                                                                                                                                           | 65      |

## CONCURSOS PÚBLICOS IFCI 2024-2025

## ACTA DE DICTAMEN DEL CONCURSO PÚBLICO

|   |                                                                                                         |                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |    |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3 | El Ángel. Gira Nacional                                                                                 | ARRULLO<br>SORULLOS, MEMORIAS DEL<br>ARRULLO | La propuesta muestra claridad en la identificación de su público objetivo y en la gestión de audiencias, con una estrategia de promoción y difusión definida. Falta detalles sobre el perfil y experiencia de la persona encargada de la ejecución. Aunque la obra ya ha sido estrenada, se requiere la realización de ensayos constantes. El cronograma y presupuesto se vuelven confusos al separar las ciudades por bloques sin indicar cuáles corresponden a cada uno. A pesar de la coherencia en varios rubros y la claridad en las necesidades del proyecto, los valores de honorarios son desiguales entre artistas, técnicos y gestores locales. Además, se observa un costo alto en la pauta propuesta en relación con la estrategia de difusión y promoción planteada. | 65 |
| 4 | Circulación Escénica:<br>Estrategias para la<br>Descentralización Nacional y<br>Expansión Internacional | ARRULLO<br>SORULLOS, MEMORIAS DEL<br>ARRULLO | La propuesta presenta incoherencias entre el público objetivo y el aforo disponible, así como una falta de claridad en las estrategias de promoción y difusión, lo que pone en duda la viabilidad del proyecto así como el cumplimiento de los objetivos. Los cronogramas no coinciden y no se detalla una estrategia para la internacionalización de la obra. Además, algunos costos son elevados y no coherentes con el mercado, como el material publicitario y los pasajes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 54 |

## PROYECTOS GANADORES

| # | Proyecto                                                                                          | Beneficiario                                 | Dictamen                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Puntaje | Incentivo Asignado                           |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------------------------------------------|
| 1 | Nos fuimos a volver 2025: Gira comunitaria de la obra de teatro Hasta Pronto, un Viaje de Retorno | ARRULLO<br>SORULLOS, MEMORIAS DEL<br>ARRULLO | El proyecto presenta una estrategia de gestión de públicos clara y concisa, adaptada a la realidad de cada espacio, y un plan de difusión detallado que evidencia la intención de alcanzar los objetivos propuestos. La inclusión de un comunicador en el equipo es un aspecto destacable que augura el éxito en la ejecución del plan. La propuesta es consistente y coherente en sus actividades, presupuesto y cronograma de ejecución, además de mostrar una proyección a futuro sólida. También incluye una investigación de gran riqueza cultural y un recorrido significativo desde su estreno. | 99      | ARRULLO<br>SORULLOS, MEMORIAS DEL<br>ARRULLO |
| 2 | GIRA NACIONAL:<br>&quot;CANTOS Y<br>SORULLOS, MEMORIAS DEL<br>ARRULLO&quot;                       | ARRULLO<br>SORULLOS, MEMORIAS DEL<br>ARRULLO | La propuesta presenta una gestión de públicos clara y una identificación precisa de su audiencia, con una estrategia de comunicación coherente para cada provincia. Se destaca la investigación profunda y el amplio recorrido desde su estreno, lo que refuerza la alineación de todos los elementos con los objetivos de la co                                                                                                                                                                                                                                                                       | 98      | ARRULLO<br>SORULLOS, MEMORIAS DEL<br>ARRULLO |



# CONCURSOS PÚBLICOS IFCI 2024-2025

## ACTA DE DICTAMEN DEL CONCURSO PÚBLICO

|   |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |    |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3 | CANTINA: Travesía teatral de circo, música y movimiento                                                                                                                                           | La propuesta presenta una estrategia de gestión de públicos y comunicación alineada con el objetivo de circulación, aunque el número de asistentes proyectados es bajo en comparación con el aforo de las sedes. Se sugiere aumentar los objetivos de asistencia para alcanzar al menos el 80% del aforo total, beneficiando así a un mayor público. La propuesta muestra un recorrido previo sólido y sus objetivos son coherentes con los de esta convocatoria, lo que contribuirá a mantener la vigencia de la obra y del elenco. Además, el proyecto tiene claramente identificadas sus necesidades presupuestarias, con valores acordes a las ciudades donde se llevarán a cabo las funciones. Se solicita presentar el acuerdo económico con cada espacio donde circulará la obra.                                                                       | 94 |
| 4 | Gira nacional Despertando memorias con la obra Libertarias anónimas.                                                                                                                              | La propuesta presenta lugares seleccionados para las presentaciones que son consistentes con sus objetivos, y las estrategias diseñadas son adecuadas para el tipo de espacios y público al que se dirigen, lo que aumenta la probabilidad de alcanzar la asistencia deseada. Además, el desarrollo previo y la proyección de viabilidad a largo plazo son claros y alineados con los objetivos de la convocatoria. Sin embargo, dado que la obra ya estuvo en Loja el año pasado, se solicita reconsiderar otra provincia para la gira. Por otro lado, se identifican necesidades para garantizar el cumplimiento de los objetivos, aunque se requiere mayor precisión en los rubros de logística y producción. También es fundamental diversificar los roles en producción, difusión y promoción, ya que actualmente serán gestionados por una sola persona. | 92 |
| 5 | Ejecución de 3 presentaciones de la obra escénica multidisciplinaria denominada ORO NEGRO (danza, teatro, performance, oralidad y música) en las provincias de Orellana, Napo y Zamora Chinchipe. | El proyecto presenta una clara identificación de su público objetivo y una estrategia detallada que respalda su plan de difusión, alineándose con los objetivos propuestos. La inclusión de un comunicador dedicado es clave para gestionar esta estrategia y alcanzar las metas establecidas. Además, el proyecto demuestra un sólido recorrido previo e investigación, y la temática de la propuesta es coherente con la gira. Los rubros de equipo técnico y artístico están equiparados, sin embargo, no se incluye en el presupuesto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 92 |

CONCURSOS PÚBLICOS IFCI 2024-2025

ACTA DE DICTAMEN DEL CONCURSO PÚBLICO

|   |                                                  |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |    |            |
|---|--------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------|
| 6 | El Goldfish - Gira Nacional                      | [REDACTED] | o los honorarios del comunicador, dramaturga, director de arte, pero sí se incluyen los perfiles en el proyecto.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 89 | [REDACTED] |
| 7 | Gira nacional de la obra DE CÓMO MURIÓ EL TEATRO | [REDACTED] | La propuesta del proyecto es clara y coherente, con una estrategia de gestión de públicos bien detallada que se ajusta a las necesidades del mismo. El plan de difusión es específico y cuenta con objetivos bien definidos, y la cantidad de público que se pretende alcanzar es realista, lo que facilita la consecución del objetivo. Además, se presenta un cronograma detallado para la ejecución de la gira y un planteamiento claro sobre el propósito de la convocatoria y su proyección futura. Se solicita detallar el alquiler de teatros en las necesidades del proyecto e incluir roles que ayuden a diversificar las funciones del equipo para facilitar la ejecución de las acciones propuestas para alcanzar los objetivos en relación con la convocatoria de audiencia. | 88 | [REDACTED] |
| 8 | CIRCULACION DE LA OBRA TESTIGOS MODESTOS         | [REDACTED] | La propuesta presenta una estrategia de gestión de públicos y de promoción bien diseñadas, aunque se debe revisar el número de asistentes, ya que el 80% del aforo es superior a lo planteado. Se solicita especificar el valor de la entrada y su justificación por provincia, así como definir claramente el público objetivo. La propuesta es coherente con las etapas de producción y la obra está lista para circular. Aunque el presupuesto es claro, algunos costos, como el pautaje, la alimentación y el hospedaje, parecen elevados en comparación con el promedio. Se solicita ajustar el presupuesto equitativamente de acuerdo con el monto asignado.                                                                                                                       | 87 | [REDACTED] |
| 9 | "Porque está lucha continua"; Gira Nacional      | [REDACTED] | La propuesta muestra claridad sobre su público objetivo en cada sede y ha desarrollado una estrategia adecuada a su contexto. Se sugiere ampliar la cantidad de público esperado y evaluar el costo de entrada en la ciudad de Manta. Además, la propuesta es coherente en su objetivo general y en la gira planteada, pero se recomienda revisar el cronograma de actividades, ya que resulta confuso respecto a la duración de las presentaciones y la                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 82 | [REDACTED] |



repetición en Galápagos. También es crucial ajustar el tiempo de difusión para todas las presentaciones y definir claramente los roles de cada integrante para asegurar un desarrollo óptimo, dado que actualmente hay confusión por la duplicidad de funciones. Por último, aunque el presupuesto es claro, falta el rubro de honorarios de la producción, y se menciona que una de las intérpretes asumirá el rol de productora, lo que podría ser contraproducente, ya que se ha indicado que los participantes, preferiblemente, no deben ser polifuncionales.

10 Antonia y Berenice van a las Universidades.

La propuesta presenta una estrategia de gestión de públicos adecuada a su audiencia objetivo y menciona una estrategia de comunicación. Sin embargo, no se detalla cómo se implementará esta estrategia para garantizar un desarrollo óptimo y alcanzar los resultados esperados. Se sugiere ampliar el número de público y así lograr un impacto significativo en la gira de seis funciones. En general, la propuesta es clara en su objetivo y en las actividades a realizar, y la obra está lista para ser presentada, demostrando coherencia con el propósito de la convocatoria y la programación establecida. Sin embargo, los valores mencionados no son del todo coherentes con el mercado, especialmente en lo que respecta a los honorarios. Se solicita equilibrar el presupuesto y replantear los honorarios de ciertos roles, como diseño y técnico.

82

11 Gira Nacional de la Obra Rituales del Tiempo del Colectivo

La propuesta es coherente y demuestra un sólido recorrido previo e investigación, lo que la hace apta para su circulación. La propuesta presenta una estrategia de gestión de públicos interesante, destacando las clases magistrales como una táctica efectiva para atraer audiencia. No obstante, es necesario detallar más el plan de difusión, especificando los medios de comunicación a utilizar. Sus objetivos se alinean con los de la convocatoria. Sin embargo, aunque el presupuesto expone claramente las necesidades del proyecto, los gastos generales podrían ajustarse mejor a la realidad de cada ciudad. Se solicita reajustar los valores de honorarios de manera equitativa para los integrantes de la agrupación, de acuerdo con el monto asignado.

81

PROYECTOS EN PRELACION

| # | Proyecto                                                                                                     | Beneficiario | Dictamen                                 | Puntaje | Incentivo Aprox. |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|------------------------------------------|---------|------------------|
| 1 | SENSA 2.0, generando reflexión en torno a la problemática de los páramos en Imbabura, Esmeraldas y Pichincha |              | La propuesta demuestra claridad en la id | 80      |                  |



entificación de su público objetivo y plantea una estrategia para la gestión de la audiencia en cada ciudad de la gira. Sin embargo, falta un mayor desarrollo de la metodología de mediación, lo que podría enriquecer la experiencia del público. Presentan objetivos y un cronograma claros, es importante evaluar la sede en Quito, dado que ya hubo una presentación en la ciudad este año. Además, la propuesta identifica las necesidades para cumplir sus objetivos, pero carece de precisión en algunos rubros, que no son coherentes con el mercado actual, principalmente los honorarios. Es recomienda revisar detalladamente los rubros de movilización, alimentación y hospedaje para asegurar que se ajusten mejor a los espacios, ya que el detalle de movilización es poco claro y necesita mayor precisión.

En ese sentido, se solicita reajustar el presupuesto, considerando honorarios que sean acorde al mercado y también los demás rubros detallados anteriormente.

|   |                           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---|---------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | Ópera<br>&quot;Rita&quot; | 80 | La propuesta demuestra claridad en su público objetivo y contexto, además de plantear una estrategia de promoción y difusión adecuada para cada espacio de la gira. Se sugiere reducir el precio de las entradas para garantizar un mayor acceso en todas las ciudades. No obstante, el plan comunicacional carece de especificidad, ya que prevé solo dos semanas de difusión antes de cada evento, lo que podría afectar la asistencia esperada. El objetivo del proyecto es claro, al igual que las actividades y el cronograma, y la obra está lista para su presentación, enriqueciendo la oferta artística del país. Sin embargo, existe una falta de coherencia entre la propuesta de gira y el presupuesto, especialmente en los rubros de hospedaje, que podrían resultar insuficientes para la realidad de los sectores donde se llevarán a cabo las funciones. |
|---|---------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## DESARROLLO DE LA REUNIÓN

Los miembros del jurado, a través del Presidente del Jurado, declaramos expresamente que el presente dictamen se ha emitido observando estrictamente lo dispuesto en la normativa legal vigente y en las bases técnicas del concurso público correspondiente, por lo que, es de nuestra absoluta responsabilidad su contenido.

Para constancia y fe de lo actuado el/la Presidente/a suscribe la presente.

CONCURSOS PÚBLICOS IFCI 2024-2025

ACTA DE DICTAMEN DEL CONCURSO PÚBLICO

| Presidente/a del Jurado  | Número de Identificación | Firma |
|--------------------------|--------------------------|-------|
| ENRIQUEZ POLO MARIA JOSE | 1712538832               |       |

