



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**TEMA: EL TURISMO CULTURAL Y LA OFERTA DE
ARTESANÍAS EN EL CANTÓN PUJILÍ.**

AUTORA: DORIS CONSUELO ACURIO CHICAIZA

DIRECTORA: ING. ANGÉLICA GONZÁLEZ MGS.

LATACUNGA

2017



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA


**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**EL TURISMO CULTURAL Y LA OFERTA DE ARTESANÍAS EN EL CANTÓN PUJILÍ**”, realizado por la señorita **DORIS CONSUELO ACURIO CHICAIZA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a la señorita **DORIS CONSUELO ACURIO CHICAIZA** para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 01 de marzo del 2017



Ing. Angélica González MGS.
DIRECTORA



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, DORIS CONSUELO ACURIO CHICAIZA, con cédula de identidad N° 050345642-8, declaro que el presente trabajo de titulación “**EL TURISMO CULTURAL Y LA OFERTA DE ARTESANÍAS EN EL CANTÓN PUJILÍ**” ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas. Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 01 de marzo del 2017.



Doris Consuelo Acurio Chicaiza.
C.C.: 050345642-8



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

AUTORIZACIÓN

Yo, **DORIS CONSUELO ACURIO CHICAIZA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE Publicar en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo de titulación “**EL TURISMO CULTURAL Y LA OFERTA DE ARTESANÍAS EN EL CANTÓN PUJILÍ**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, 01 de marzo del 2016.

Doris Consuelo Acurio Chicaiza.
C.C.: 050345642-8

DEDICATORIA

Este trabajo lo quiero dedicar en primera instancia a Dios, quien me edifica cada día y me ha ayudado alcanzar esta meta, también a mi mami Carmita quien de forma valiente se ha esforzado y sacrificado para poder darme lo mejor y lograr construir este sueño, mami este logro es tuyo.

A mis tías, a mi prima y amigos que supieron apoyarme durante mi carrera universitaria. También dedico en memoria de Espíritu y Rosario, mis papitos amados a quienes siempre les recordaré como un hombre y mujer, fuertes, caritativos y visionarios (*sinchi muscuyuj kari, warmi*).

Y sobre todo a cada uno de mis docentes universitarios que desde el inicio fueron una guía quienes me enseñaron lecciones importantes para poder aplicarlo no solo en el ámbito profesional, sino que también en mi vida personal.

AGRADECIMIENTO

Lo primero es admitir abiertamente que lo que sobresale del presente trabajo es una elaboración colectiva, de tras de cada palabra, de cada idea están presentes todas aquellas personas que participaron de forma directa o indirecta.

En primera medida agradezco a Dios, sin El nada de esto fuese posible. También a mi madre Carme Chicaiza, por su sabiduría por todo el apoyo, por desvelarse junto a mí, por no tener miedo de sacarme adelante sola y no dejarme caer, que, sin su apoyo, fuerza, compañía y amor esta tesis no hubiese logrado finalizar.

A mis tías: Aurora y Elvira, y a mi prima Magi Fonseca y demás familiares por la ayuda incondicional en cada momento y por estar presentes para oírme y aconsejarme. A Danilo Neto y a sus padres, por el apoyo incondicional en la realización de esta tesis. Y finalmente a Jessy y Elenita, por su compañía, amistad y por animarme en cada momento.

Agradezco a mi Directora de Tesis Ing. Angélica González, por el apoyo constante, por la orientación, por la lectura minuciosa y aportes valiosos. Gracias por estar pendiente de este trabajo, por su acompañamiento y preocupación, por su interés plasmado en cada observación, así como a nivel personal por su ánimo, soporte y confianza, gracias por ir más allá de una tutoría.

Finalmente agradezco a cada una de las personas que me encontré en este camino y quienes me acompañaron pacientemente en cada momento. A mis queridos artesanos quienes se convirtieron en un apoyo fundamental, gracias por transmitir la magia e historia que representan las artesanías.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT.....	xvii

CAPÍTULO I

MARCO DE REFERENCIA

1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Formulación del problema	4
1.4 Justificación e importancia	4
1.5 Objetivos	6
1.5.1 General	6
1.5.2 Específicos.....	7
1.6 Hipótesis	7
1.7 Sistema de variables	7
1.7.1 Definición nominal.....	7
1.7.2 Definición conceptual	7
1.7.3 Definición operacional	7
1.8 Metodología	9
1.8.1 Método Inductivo.....	9
1.8.2 Método documental-bibliográfica.....	9
1.8.3 Método investigación de campo	9
1.8.4 Método técnico.....	9

1.9	Marco teórico	10
1.9.1	Fundamentación Social.....	10
1.9.2	Fundamentación Legal.....	13
1.9.3	Fundamentación Teórica.....	16
1.9.4	Fundamentación Conceptual.....	26

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN EL CANTÓN PUJILÍ

2.1	Reseña histórica de la actividad artesanal en Pujilí	30
2.2	Características de las artesanías	31
2.2.1	Artesanías en la Parroquia La Victoria	31
2.2.2	Localización	36
2.2.3	Artesanías de la Parroquia La Matriz	38
2.2.4	Localización Artesanos Parroquia La Matriz.....	42
2.2.5	Artesanías de la Parroquia Zumbahua	43
2.3	Ubicación Artesanos Parroquia Zumbahua	48
2.4	Influencia de festividades y atractivos	49

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1	Modalidad de investigación	51
3.1.1	Investigación de campo.....	51
3.2	Tipos de investigación.....	51
3.2.1	Investigación descriptiva	51
3.2.2	Investigación exploratoria.....	52
3.3	Diseño de la investigación.....	52
3.4	Población y Muestra.....	52
3.4.1	Población	52
3.4.2	Muestra	53
3.4.3	Tipo de muestreo	54
3.5	Técnicas de recolección de datos	54

3.5.1	Instrumento	54
3.5.2	Validez y confiabilidad	54
3.6	Técnicas de análisis de datos	54
3.7	Análisis de resultados	55
3.7.1	Análisis de encuesta realizada a turistas del cantón Pujilí	56
3.7.2	Análisis e interpretación de resultados, realizada a artesanos	77

CAPÍTULO IV PROPUESTA

4.1	Antecedentes	91
4.2	Acta de constitución del proyecto	92
4.2.1	Organigrama estructural	93
4.2.2	Matriz de identificación para la Bienal	93
4.2.3	Requerimientos que satisfacen las necesidades, deseos y expectativas del cliente, sponsor y otros stakeholders	95
4.2.4	Necesidades y requerimientos de la propuesta	95
4.2.5	Propósito o justificación del producto	96
4.2.6	Gerente del proyecto asignado	96
4.2.7	Descripción de las influencias que ejercen los stakeholders	96
4.2.8	Supuestos organizacionales, ambientales y externos	97
4.2.9	Restricciones externas	97
4.3	Alcance de la propuesta	98
4.4	Matriz de Marco Lógico	100
4.5	Estructura de descomposición del trabajo	104
4.6	Diccionario WBS	105
4.7	Cronograma en Project	111
4.8	Matriz de Riesgo de la Propuesta	112
4.9	Matriz de Indicadores de Gestión	114
4.10	Presupuesto de la propuesta	118
4.10.1	Alcance al presupuesto de los costos de riesgo de la propuesta	119
4.11	Análisis de sostenibilidad	119
	CONCLUSIONES	121

RECOMENDACIONES	122
BIBLIOGRAFÍA	123
LINKGRAFÍA	124
CERTIFICACIÓN	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro operacional.....	xxiv
Tabla 2. Fundamentación conceptual	26
Tabla 3. Datos de la Actividad Artesanal parroquia La Victoria.....	31
Tabla 4. Evolución de las artesanías durante el tiempo.	32
Tabla 5. Procesos de producción artesanal	32
Tabla 6. Lugar de comercialización.	34
Tabla 7. Talleres artesanales parroquia La Victoria	37
Tabla 8. Datos de la Actividad Artesanal parroquia La Matriz.	38
Tabla 9. Evolución de las artesanías durante el tiempo	39
Tabla 10. Procesos de producción artesanal Parroquia La Matriz	40
Tabla 11. Lugar de Comercialización parroquia La Matriz	41
Tabla 12. Talleres artesanales parroquia La Matriz	43
Tabla 13. Datos de la Actividad Artesanal parroquia Zumbahua.....	43
Tabla 14. Evolución artesanías durante el tiempo parroquia Zumbahua.....	44
Tabla 15. Procesos de producción artesanal de máscaras	45
Tabla 16. Procesos de producción artesanal de pinturas.....	46
Tabla 17. Lugar de comercialización.	47
Tabla 18. Talleres artesanales parroquia Zumbahua	49
Tabla 19. Influencia de las festividades y atractivos.....	50
Tabla 20. Datos fórmula para muestra.....	53
Tabla 21. Género	56
Tabla 22. Edad	57
Tabla 23. Tipo de turista	58
Tabla 24. Pregunta 1 encuesta turistas.....	59
Tabla 25. Pregunta 2 encuesta turistas.....	60
Tabla 26. Pregunta 3 encuesta turistas.....	61
Tabla 27. Pregunta 4 encuesta turistas.....	62
Tabla 28. Pregunta 5 encuesta turistas.....	63
Tabla 29. Pregunta 6 encuesta turistas.....	64
Tabla 30. Pregunta 7 encuesta turistas.....	65
Tabla 31. Pregunta 8ª encuesta turistas	66

Tabla 32. Pregunta 8b encuesta turistas.....	67
Tabla 33. Pregunta 8c encuesta turistas.....	68
Tabla 34. Pregunta 8d encuesta turistas.....	69
Tabla 35. Pregunta 8e encuesta turistas.....	70
Tabla 36. Pregunta 9 encuesta turistas.....	71
Tabla 37. Pregunta 10 encuesta turistas.....	72
Tabla 38. Pregunta 11 encuesta turistas.....	73
Tabla 39. Pregunta 12 encuesta turistas.....	74
Tabla 40. Análisis cruzado encuesta turistas.	75
Tabla 41. Análisis tabla cruzada.	76
Tabla 42. Pregunta 1 encuesta artesanos	77
Tabla 43. Pregunta 2 encuesta artesanos.	78
Tabla 44. Pregunta 3 encuesta artesanos.	79
Tabla 45. Pregunta 4 encuesta artesanos	80
Tabla 46. Pregunta 5 encuesta arteanos.	81
Tabla 47. Pregunta 6 encuesta artesanos	82
Tabla 48. Pregunta 7 encuesta artesanos.	83
Tabla 49. Pregunta 8 encuesta artesanos.	84
Tabla 50. Pregunta 9 encuetsa artesanos.	85
Tabla 51. Pregunta 10 encuesta artesanos.	86
Tabla 52. Pregunta 11 encuesta artesanos.	87
Tabla 53. Pregunta 12 encuesta artesanos.	88
Tabla 54. Pregunta 13 encuesta artesanos.	89
Tabla 55. Análisis cruzado encuesta artesanos	90
Tabla 56. Matriz de identificación para la Bial.	93
Tabla 57. Análisis de clientes y sponsor.	95
Tabla 58. Descripción influencia stakeholders.	96
Tabla 59. Matriz de alcance del proyecto.....	98
Tabla 60. Matriz objetivos de alcance del proyecto.....	99
Tabla 61. Matriz de Marco Lógico.	100
Tabla 62. Matriz de Marco Lógico Objetivo 1	101
Tabla 63. Matriz de Marco Lógico Objetivo 2	102
Tabla 64. Matriz de Marco Lógico Objetivo 3	103

Tabla 65. Matriz de Marco Lógico Objetivo 4	103
Tabla 66. Diccionario WBS Planificación de actividades.....	105
Tabla 67. Diccionario WBS Alcance del proyecto.	105
Tabla 68. Diccionario WBS Plan de gestión de la propuesta.	106
Tabla 69. Diccionario WBS Estructura de trabajo.	106
Tabla 70. Diccionario WBS Presupuestos.	107
Tabla 71. Diccionario WBS Condiciones de la bienal.....	107
Tabla 72. Diccionario WBS Contrataciones.	108
Tabla 73. Diccionario WBS Contrato con Tuggu.....	109
Tabla 74. Diccionario WBS Contrato con Eventoclick.....	110
Tabla 75. Diccionario WBS Contrato transporte.....	110
Tabla 76. Matriz de Riesgo de la Propuesta	112
Tabla 77. Matriz de Indicadores de Gestión.....	114
Tabla 78. Matriz contrataciones	115
Tabla 79. Matriz Socialización.	116
Tabla 80. Matriz programación del evento.	117
Tabla 81. Presupuesto.....	118
Tabla 82. Alcance al presupuesto.....	119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Reseña histórica de la actividad artesanal en Pujilí	30
Figura 2. Mapa político cantón Pujilí	31
Figura 3. Mapa satelital parroquia La Victoria	36
Figura 4. Mapa satelital parroquia La Matriz	42
Figura 5. Mapa satelital Parroquia	48
Figura 6. Género	56
Figura 7. Edad	57
Figura 8. Tipo de turista	58
Figura 9. Pregunta 1 encuesta turistas	59
Figura 10. Pregunta 2 encuesta turistas	60
Figura 11. Pregunta 3 encuesta turistas	61
Figura 12. Pregunta 4 encuesta turistas	62
Figura 13. Pregunta 5 encuesta turistas	63
Figura 14. Pregunta 6 encuesta turistas	64
Figura 15. Pregunta 7 encuesta turistas	65
Figura 16. Pregunta 8ª encuesta turistas	66
Figura 17. Pregunta 8b encuesta turistas.	67
Figura 18. Pregunta 8c encuesta turistas.....	68
Figura 19. Pregunta 8d encuesta turistas.	69
Figura 20. Pregunta 8e encuesta turistas	70
Figura 21. Pregunta 9 encuesta turistas.	71
Figura 22. Pregunta 10 encuesta turistas.	72
Figura 23. Pregunta 11 encuesta turistas.	73
Figura 24. Pregunta 12 encuesta turistas	74
Figura 25. Pregunta 1 encuesta artesanos	77
Figura 26. Pregunta 2 encuesta artesanos	78
Figura 27. Pregunta 3 encuesta artesanos	79
Figura 28. Pregunta 4 encuesta artesanos	80
Figura 29. Pregunta 5 encuesta artesanos	81
Figura 30. Pregunta 6 encuesta artesanos	82
Figura 31. Pregunta 7 encuesta artesanos.	83

Figura 32. Pregunta 8 encuesta artesanos.	84
Figura 33. Pregunta 9 encuesta artesanos.	85
Figura 34. Pregunta 10 encuesta artesanos.	86
Figura 35. Pregunta 11 encuesta artesanos.	87
Figura 36. Pregunta 12 encuesta artesanos.	88
Figura 37. Pregunta 13 encuesta artesanos.	89
Figura 38. Organigrama estructural.	93
Figura 39. Lugar óptimo para la bienal.....	94
Figura 40. Estructura de descomposición del trabajo.....	104
Figura 41. Cronograma en Project.	111

RESUMEN

La presente tesis investiga el turismo cultural y la oferta de artesanías del cantón Pujilí pertenecientes a las parroquias La Matriz, La Victoria y Zumbahua, se analiza la incidencia que poseen dentro de los factores que motivan a un turista visitar y conocer cierto lugar. Plantea la necesidad de estudiar la interacción de elementos culturales con la actividad artesanal. También, la relación entre los materiales, simbologías, actividades cotidianas y sus procesos de elaboración como muestra de una manifestación tangible del patrimonio cultural inmaterial debido a los conocimientos y técnicas que se han transmitido de generación en generación. Dentro de estos aspectos se tiene en cuenta los lugares y formas de comercialización. Además, se analiza el nivel de conocimiento de los turistas con respecto a las artesanías y la importancia que ésta representa. El presente estudio está formulado tanto teórica como metodológica, empleando un diagnóstico de la situación actual de la actividad artesanal y metodológicamente utilizando un enfoque cualitativo – cuantitativo basado principalmente en la aplicación de encuestas a los 32 artesanos y 381 turistas, mismas que permitieron profundizar en la incidencia de las artesanías dentro del turismo cultural y las razones que motivan a los turistas conocer el cantón, lo cual permitió entender la importancia de la Feria de Finados de La Victoria para la rotación de los productos. Es por ello que se plantea una propuesta denominada “*Bienal de Puxilí*”, misma que está enfocada a generar una vitrina de exposición y venta de artesanías además de un reconocimiento a las artesanías más destacadas.

PALABRAS CLAVE:

- **TURISMO CULTURAL**
- **ARTESANÍAS**
- **CANTÓN PUJILÍ**

ABSTRACT

The present thesis investigates the cultural tourism and the offer of handicrafts of the Pujilí town, belonging to the parishes of La Matriz, La Victoria and Zumbahua, analyzes the incidence that they possess within the factors that motivate a tourist to visit and to know a certain place. It proposes the need to study the interaction of cultural elements with artisan activity. Also, the relationship between materials, symbiology, daily activities and their processes of elaboration as a sample of a tangible manifestation of the intangible cultural heritage due to the knowledge and techniques that have been handed down from generation to generation. Within these aspects, the places and forms of commercialization are taken into account. In addition, it analyzes the level of knowledge of tourists with respect to handicrafts and the importance it represents. The present study is formulated both theoretical and methodological, employing a diagnosis of the current situation of the artisanal activity and methodologically using a qualitative - quantitative approach based mainly on the application of surveys to 31 craftsmen and 381 tourists, which allowed to deepen the incidence of The handicrafts within the cultural tourism and the reasons that motivate the tourists to know the canton, which allowed to understand the importance of the Feria de Finados de La Victoria for the rotation of the products. This is why a proposal is called "Bienal de Puxilí", which is focused on generating a showcase for the exhibition and sale of handicrafts as well as a recognition of the most outstanding handicrafts.

KEYWORDS:

- **CULTURAL TOURISM**
- **HANDICRAFTS**
- **PUJILÍ TOWN**

CAPÍTULO I

MARCO DE REFERENCIA

1.1 Antecedentes

El turismo cultural en el Ecuador ha tenido un importante impulso, formando parte de la línea de productos dentro del PLANDETUR 2020. Pujilí es un cantón conocido como la tierra del danzante y por sus hábiles artesanos, quienes ofrecen sus productos elaborados en materiales como el barro cocido, cuero de borrego, madera y plumas.

El Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural (INPAC) del convenio Andrés Bello (CAB), 2010, afirma que:

El turismo cultural es una actividad específica o una particular forma de hacer turismo. Se caracteriza porque su fuente primordial para el desplazamiento del turista es la cultura. Entendiendo a esta como la expresión de la diversidad étnica, artesanal, folclórica, gastronomía, vestimenta, fiestas populares y diversas formas de expresión propias de un lugar.

La actividad artesanal forma parte del modo de vida de todas las sociedades en todas partes del planeta, por cuanto para el desarrollo social, y como parte integral del mismo, el hombre fue descubriendo maneras de construir objetos útiles para solución de sus necesidades. Por ello, las actividades artesanales en los primeros tiempos de la humanidad, al igual que hoy en nuestro entorno constituyeron un verdadero modo de producción. (Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural- INPAC, 2010)

En Ecuador el turismo cultural se ha promovido mediante el aumento de conciencia, es así que se tiene mayor consideración a los lugares protegidos de la UNESCO por su importancia cultural. Hoy en día se han expandido lugares donde se puede realizar actividades culturales.

Dentro del cantón Pujilí se puede encontrar diferentes expresiones de turismo cultural como la fiesta del Corpus Cristi que es un importante referente del lugar, para lo cual llegan turistas de diferentes lugares, las artesanías y pinturas también son íconos del cantón, la alfarería de La Victoria es muy

apreciadas al igual que las pinturas de Tigua y las cerámicas que se oferta en La Matriz.

Las artesanías se refieren tanto al trabajo de los artesanos que realizan sus productos de forma manual como a la característica de las mismas, en donde se diferencian una de otra, es decir ninguna se parecen. La manera como las artesanías contribuye al turismo cultural dentro del cantón es porque en ellas se plasma el estilo de vida de los habitantes del lugar, el entorno local y los aspectos que determinan su identidad.

(Vizcaíno, 2003), cuyo objetivo es investigar las artesanías en la provincia de Cotopaxi, como aporte al desarrollo del turismo en el Ecuador, señala que “La artesanía repercute notablemente en la actividad turística, ya que esta constituye un atractivo requerido y solicitado por los turistas, y más aún cuando existe variedad en las formas y diseños de las artesanías como sucede en la provincia de Cotopaxi”.

A la vez, (Gómez & Casa, 2003) ,en la investigación reactivación de los valores culturales del cantón Pujilí, para el desarrollo turístico de la zona, hace un estudio de la situación de los elementos culturales del cantón y su importancia, considerando las artesanías más representativas.

El propósito de la presente investigación es conocer la incidencia que tienen las artesanías en el turismo cultural de Pujilí; de esta forma se podrá saber las razones que motivan a los turistas a visitar el cantón e incorporar estrategias que impulsen el turismo cultural.

1.2 Planteamiento del problema

Al hablar de artesanías, Ecuador por su gran diversidad cultural es considerado el epicentro artesanal de Sudamérica, ya que su arte y artistas han posicionado dicho producto en Estados Unidos y países europeos, por su extraordinaria calidad de finos detalles en sus acabados; sin embargo, se desconoce con exactitud la incidencia que tiene las artesanías en los turistas,

a tal forma que permita analizar las motivaciones del flujo de turistas que ingresa al cantón. (Unidad de Educación y Cultura del GAD municipal del cantón Pujilí, 2013)

Es importante mencionar que una de las principales razones por las que ingresa un turista al país son por aspectos culturales, a pesar de eso no se especifica cuántos de ellos lo hacen motivados por las artesanías que se ofrece en el territorio ecuatoriano. Según él (Banco Central del Ecuador, 2016) se conoce que las artesanías ocupan el puesto 48 de los 60 productos mayor exportados, pero se omite la información de las ventas dentro del país o consumo interno. Además, cabe recalcar que dentro del grupo de artesanías de exportación no se especifica el lugar de procedencia y el tipo de artesanía. Sin embargo, en el análisis sector artesanías 2013, presentado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, analiza que en Pujilí dentro de las artesanías de tipo cerámica, barro loza y porcelana, artesanos se dedican a la alfarería, elaborando alcancías, vasijas de barro y adornos de pared, existiendo un total de 30 talleres que se dedican a la producción de barro, loza y porcelana que alcanzan un margen de 1,78%, de los cuales no se conoce a que parroquia del cantón corresponde; sin embargo esta información no contempla a todos los talleres de Pujilí, sino únicamente a quienes se encuentran dentro del mapa artesanal, del Ministerio de Industrias y Competitividad.

Las dificultades u obstáculos que se percibe en la oferta de artesanías y el turismo cultural se refieren al desconocimiento de la incidencia que tiene dentro de la actividad turística que se desarrolla en la provincia de Cotopaxi. No se conoce la dinámica del mercado entre la oferta y demanda de las artesanías, algunos cantones de donde elaboran artesanías han disminuido su producción, esto se puede atribuir por los escasos espacios para su comercialización.

Las debilidades que se visualizan en las artesanías del cantón Pujilí es la estacionalidad de sus ventas, ya que son ofertadas en mayor cantidad en fechas específicas como el 2 de noviembre en la Feria de Finados y desde diciembre hasta febrero por ser temporada vacacional en Europa. Los precios difieren dependiendo del lugar que se oferte, dentro de los cuales son los artesanos de las parroquias La Matriz, La Victoria y Zumbahua. Del mismo modo influye si los locales comerciales están ubicados en lugares muy concurridos y la técnica que se aplique porque mientras mejor sea el acabado y los detalles es más fácil su venta, asimismo, por la estacionalidad de vacaciones en otros países. (Olmos, 2015)

Las amenazas que se denota en el turismo cultural de la localidad es el desconocimiento de muchos turistas acerca de lugares donde se realiza artesanías dentro del cantón Pujilí. El factor económico es un aspecto importante por el cual algunas personas no adquieren el producto. Además, el lugar geográfico donde se encuentran ubicados los artesanos impide que los turistas accedan con facilidad.

Los motivos que representan mayor flujo de visitantes son en las fiestas de Corpus Christi, del Niño de Isinche, la Feria de Finados y finalmente la visita al destino Quilotoa. De todo esto se desconoce si las personas que ingresan al cantón se ven motivadas por las artesanías del lugar, o por otras razones turísticas, sabiendo que la única información acerca del ingreso de turistas son los registros de la comunidad Lago Verde-Quilotoa.

1.3 Formulación del problema

¿Cuál es la incidencia de la oferta de artesanías en el turismo cultural del cantón Pujilí?

1.4 Justificación e importancia

El Plan de Desarrollo Turístico 2020 (PLANDETUR) propone diferentes líneas de productos del Ecuador. Dentro de la línea de turismo cultural se cuenta con variedades de productos específicos. Siendo así parte los

mercados y artesanías como un recurso para incrementar la demanda de turistas. De esta forma se impulsa la expansión del turismo cultural a nivel del país.

El estudio del Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural y el Ministerio de Industria y Productividad 2010 menciona que:

El Gobierno Nacional, basado en los principios constitucionales de desarrollo que privilegia la consecución de un buen vivir, que presupone la ampliación de las libertades, oportunidades y potencialidades de los seres humanos y el reconocimiento de unos a otros para alcanzar un exitoso porvenir compartido, está generando verdaderas oportunidades de empleo productivo, de carácter sostenible, aportando al desarrollo económico y social del país.

Los artesanos como sector social y económico organizado contribuyen significativamente a la economía del país; generan puestos de trabajo que hacen viable la producción y comercialización de hermosas artesanías que son demandadas por consumidores nacionales y extranjero, pero, además, caracterizan las vocaciones productivas locales y aportan a la construcción de identidades diversas que enriquecen el país.

La artesanía tiene la virtud de trascender en el tiempo, pero se renueva en cada época a la cual caracteriza y se constituye en sus valores expresivos. A la sociedad contemporánea le ha correspondido volver cada día con más fuerza hacia lo natural, lo que nos remonta a las raíces, sabiamente alternando con lo esencial. (Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural y Ecuador. Ministerio de Industria Y Productividad, 2010)

Es necesario generar información sobre la oferta de artesanías y su dinámica dentro del mercado. Como un instrumento de ayuda, para que en torno a esta indagación se pueda proponer distintas actividades que permita la dinamización de la actividad artesanal en Pujilí.

La importancia radica en el porcentaje significativo de artesanos dentro del cantón Pujilí, cuyos ingresos que provienen de la actividad artesanal representa un aporte representativo dentro de la economía del hogar, combinando el trabajo de las artesanías con las actividades agrarias, ganaderas o siendo empleados en áreas públicas y privadas. Siendo así que mediante la información generada se pueda plantear acciones viables para la elaboración de una propuesta de dinamización.

El análisis de este tema es importante para conocer la realidad de la oferta y demanda de las artesanías. Es una forma de recabar datos que permitan entender el impacto que tiene la actividad artesanal dentro del turismo cultural. En base a un contexto verídico se pueden plantear propuestas que ayuden a la dinamización de la actividad.

Los resultados a obtener con la investigación es una información técnica, el cual será un instrumento guía dentro de la actividad turística, que determinen propuestas para dinamizar la promoción y venta de las artesanías como un elemento fundamental dentro del turismo cultural para el crecimiento, la activación económica y la potencialización de estos destinos.

El aporte social está relacionado con la información final de la investigación, mediante la cual se planteará una propuesta de dinamización con el fin de generar una oportunidad para exponer y comercializar las artesanías.

La investigación es factible porque con la información y resultados que se obtengan, se puede hacer distintos planteamientos para dinamizar la actividad artesanal, misma que se ha desarrollado aproximadamente desde antes de 1809, marcando la pauta en el año de 1991 los artesanos de La Victoria como organización jurídica del cantón (Unidad de Educación y Cultura del GAD municipal del cantón Pujilí, 2013), y que con el pasar de los años ha ido formando parte de un recurso importante del portafolio de productos turísticos de Pujilí, razón por la que se puede vincular con diferentes actividades turísticas.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Estudiar la oferta de artesanías en el cantón Pujilí y su incidencia en el turismo cultural para elaborar una propuesta de dinamización turística.

1.5.2 Específicos

Determinar la fundamentación teórica para que sustente la investigación.

Diagnosticar la situación actual de la oferta de artesanías para conocer la incidencia en el turismo.

Proponer la metodología para el análisis de los resultados de la investigación sobre el conocimiento de la incidencia artesanal.

Generar una propuesta para la dinamización de la actividad artesanal que permita el desarrollo del turismo cultural.

1.6 Hipótesis

La actividad artesanal del cantón Pujilí incide en el desarrollo del turismo cultural.

1.7 Sistema de variables

1.7.1 Definición nominal

- Turismo Cultural
- Artesanías

1.7.2 Definición conceptual

Turismo Cultural: El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo, para disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. (Ministerio de Turismo , 2007)

1.7.3 Definición operacional

Turismo Cultural

Para efectos de la presente investigación la variable es operacionalizada de acuerdo a tres dimensiones como alfarería, pintura y cerámica. Todos estos con sus respectivos indicadores, los cuales serán medidos con instrumentos que permita cumplir esta investigación.

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1.
Cuadro operacional

Objetivos específicos	Variable	Dimensión	Indicador
Determinar la fundamentación teórica para que sustente la investigación.	Artesanías	Artesanías Cultura Motivaciones culturales Oferta Demanda	Conceptos Fundamentaciones Fuentes primarias y secundarias
Diagnosticar la situación actual de la oferta de artesanías para conocer la incidencia en el turismo.		Alfarería Cerámica Pintura Tejidos Madera	Fechas altas de comercialización. Personas dedicadas a la actividad artesanal. Precios Tipos de Artesanías Sitios donde se expende. Puntos de acceso
Analizar los resultados de la investigación para el conocimiento de la incidencia de las artesanías en el turismo del cantón.	Turismo Cultural	Turistas Artesanos	Comunidades vinculadas. N° de turistas que ingresan. Comerciantes Gustos y preferencias de turistas
Generar una propuesta para la dinamización de la actividad artesanal que permita el desarrollo de la actividad turística.		Motivaciones étnicas Motivación religiosa Motivación festiva Motivación gastronómica Motivación acontecimientos programados Motivación monumental	Centros religiosos Tipo de gastronomía Número de festividades del cantón

1.8 Metodología

Para el desarrollo de este trabajo investigativo, metodológicamente se empleó un enfoque cualitativo – cuantitativo.

1.8.1 Método Inductivo

Éste método consiste en ir de datos generales a datos particulares, es por eso que se consideró importante para el análisis porque proporciona conclusiones generales a partir de deducciones particulares, mediante la observación, registro de información, análisis y clasificación de los resultados.

1.8.2 Método documental-bibliográfica

Mediante la investigación documental-bibliográfica se realizó la construcción del marco teórico, diagnóstico y en general para el desarrollo de todo el proyecto, siendo un apoyo importante el sustento bibliográfico, de donde se tomó conceptos de fuentes primarias y secundarias, para sustentar la investigación.

1.8.3 Método investigación de campo

Por el lugar donde se desarrolló la problemática se consideró como investigación de campo, debido a que como investigador se interactuó en el lugar donde se ha identificado el problema. Se relacionó las variables de estudio, accediendo a la información de las artesanías y el turismo cultural, en las visitas realizadas a los artesanos se pudo evidenciar los procesos de elaboración.

1.8.4 Método técnico

Para el procesamiento de datos de las encuestas aplicadas se empleó el programa estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

En el caso de la propuesta se emplea la metodología de la guía general para la presentación de proyectos de inversión y de cooperación externa no reembolsable, que estipula una serie de pasos para direccionar un proyecto.

1.9 Marco teórico

Para el desarrollo de este capítulo se consideran las variables de estudio es decir el turismo cultural y las artesanías, convirtiéndose en el punto de partida para plantear la fundamentación social, legal y conceptual.

Como inicio de la presente investigación se presenta a la cultura entrelazada o relacionada con conceptos y referencias básica como cultura popular, patrimonio turístico y patrimonio cultural. Así también al análisis de las artesanías, considerando al artesano y a los tipos de artesanías de acuerdo a los materiales que emplean en su elaboración.

1.9.1 Fundamentación Social.

En el estudio realizado por (Naranjo, 1996) expresa que:

Históricamente, la aparición del artesano como grupo corresponde a un momento de desarrollo de las fuerzas productivas y a la división social del trabajo que este desarrollo implica sólo el momento que se logra la obtención de un excedente agrícola es posible que parte de la sociedad se dedique exclusivamente a las labores artesanales.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) menciona que:

La artesanía tradicional es quizá la manifestación más tangible del patrimonio cultural inmaterial, por los conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. Las expresiones de la artesanía tradicional son numerosas: herramientas, joyas, indumentaria y accesorios para festividades y artes del espectáculo, recipientes y elementos empleados para el almacenamiento, objetos usados para el transporte o la protección contra las intemperie, artes decorativas y objetos rituales, instrumentos musicales y enseres domésticos, y juguetes lúdicos o didácticos. Muchos de estos objetos, como los creados para los ritos festivos, son de uso efímero, mientras que otros pueden llegar a constituir un legado que se transmita durante el tiempo. Las técnicas necesarias para la creación de objetos de artesanía son tan variadas como los propios objetos y pueden ir desde trabajos delicados y minuciosos, hasta faenas rudas como la fabricación de un cesto sólido o una manta gruesa. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO, 1997)

La UNESCO apoya a las artesanías bajo el concepto de patrimonio cultural inmaterial, en donde se contempla las expresiones vivas que han sido heredadas por nuestros antepasados, mismas que han sido transmitidas a su descendencia como los saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional. En la Convención del 2003 se enfocó en los conocimientos y métodos utilizados en la actividad artesanal, orientado para motivar a los artesanos a que continúen fabricando sus productos y transmitiendo sus conocimientos y técnicas a otras personas, en especial dentro de sus comunidades.

Como ocurre con otras formas del patrimonio cultural inmaterial, la globalización crea obstáculos para la supervivencia de las formas tradicionales de artesanía. La producción en serie, ya sea en grandes empresas multinacionales o en pequeñas industrias artesanales locales, puede suministrar constantemente los bienes necesarios para la vida diaria con un costo de tiempo y dinero inferior al de la producción manual. Muchos artesanos luchan por acomodar a la competencia con esas empresas e industrias.

A medida que van evolucionando los entornos sociales o los gustos culturales, puede suceder que las festividades y celebraciones que antes requerían productos artesanales complicados se vayan haciendo más austeras, mermando así las posibilidades de expresarse de los artesanos. O simplemente la población joven obtienen una formación académica y consideran que la labor artesanal es un trabajo forzado, razón por la cual se va dejando de lado esta actividad. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, s.f.)

En el Ecuador y más concretamente en la provincia de Cotopaxi, en la medida que existen grupos con diferente grado de inserción en la sociedad ecuatoriana, y se encuentran diversos grados de desarrollo de las fuerzas productivas, existen artesanos con diferentes características en lo que atañe a la organización de la producción y a la división del trabajo.

Hablar de Pujilí es hablar de cultura, artes y oficios. Si bien el término cultura es muy amplio y abarca todas las manifestaciones de un pueblo, por motivos metodológicos se tratará de las expresiones culturales del cantón

como la alfarería, cerámica y pintura. A lo largo de la historia Pujilí se ha caracterizado por la producción de artesanías. Las expresiones artesanales están presentes en muchos lugareños de las parroquias La Matriz, La Victoria y Zumbahua, cada una varía de acuerdo a las percepciones y formas de vida de los artesanos.

Jácome (2009) afirma que los pintores de Tigua, poseen una habilidad innata incentivada por la artista Olga Fisch, húngara radicada en el Ecuador desde 1939, quien descubrió las habilidades de los indígenas y los guió a elaborar pinturas, utilizando materiales del medio.

Al occidente de Pujilí, en los páramos de la cordillera de los Andes, en las comunidades de Tigua, Chinbaducho, Chami, Yatapungo, Casa Quemada y en la parroquia Zumbahua ha prosperado entre los habitantes la pintura ingenua o arte *naif*, cuadros pintados en cuero de oveja y tintes de esmalte de subidos tonos o colores llamativos como el tomate, rojo, verde, azul y amarillo. (Colvin, 2004)

En las pinturas se representan actividades cotidianas, escenas de abusos de quienes tenían haciendas sobre los indígenas del lugar, costumbres o fiestas populares. Las familias que realizan este trabajo son: Toaquiza, Tigasi, Millingalli, Chugchilán, Ugsha, Vega, Quindingalli, cuyas habilidades se ha extendido a la elaboración de máscaras de madera. (Colvin, 2004)

Naranjo (1996) menciona que las artesanías se practican al interior de la familia y sus conocimientos han sido aprendidos de sus antecesores. Esta actividad artesanal gira principalmente alrededor de la alfarería en El Tejar y La Victoria.

Ahora, es también importante mencionar la alfarería es una muestra de las hábiles manos de gente alfarera de la parroquia La Victoria. El arte de moldear barro está vivo y cada vez toma mayor importancia como identidad pujilense. Como lo afirma Alfredo Costales y Piedad Peñaherrera, citado por (Jácome, 2009) “En la prehistoria, Mulinlibí fue el centro alfarero más grande del Reino de Quito. Acedo dice: ‘y los de Pujilí, en labor de jarros, vasos, vasijas y utensilios (sic) de una tierra muy especial, propia de un mismo pueblo, de que tiene una continua saca para todas partes con mucha utilidad por el agradable olor y buen gusto que comunica el barro al agua’”. (Jácome, 2009)

“En el asiento (se refiere a Latacunga) se trabajaba toda clase de oficios y artes mecánicas – comentaban J. Juan y Antonio de Ulloa-; los indios de los pueblos de Pujilí y Saquisilí fabricaban toda especie de obras de barro, tinajas, ollas, cántaros, con mucho primor y delicadeza, para expenderles en toda la Provincia de Quito, ‘porque el barro de que se sirve que es colorado es así mismo fino y oloroso’”.

En base a lo expresado anteriormente se puede deducir que la actividad artesanal en el cantón Pujilí se viene desarrollando desde varias décadas atrás. Los artesanos han ido modificando y adaptando sus artesanías de acuerdo a las diferentes situaciones que se vayan presentando. El desarrollo e impulso del turismo en el país ha provocado que los diseños y tamaños de los diferentes productos se vayan modificando estéticamente, es decir las técnicas y materiales han ido cambiando. Todo esto con el propósito que el turista tenga mayor comodidad al momento de trasladar la artesanía.

Durante el año calendario se puede diferenciar fechas marcadas en donde existe considerable ingreso de turistas motivados por un fin cultural, quienes se ven atraídos por las fiestas, comparsas y diferentes expresiones populares; además, es común escuchar o leer acerca de la importancia del turismo cultural, pero pocas veces se analiza el comportamiento de los turistas en el desarrollo de esta actividad.

1.9.2 Fundamentación Legal

La investigación tendrá como base la Constitución de la República del Ecuador, Plan Nacional del Buen Vivir, Ley de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico, Ley de Cultura y Ley de Fomento Artesanal que se detallan a continuación.

Constitución (Ecuador. Leyes y decretos. Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

En el Título VII (Capítulo primero – Inclusión y Equidad - Sección Quinta - Cultura) artículos: 377, 378, 379 literal 4 los mismos que hacen referencia a la protección de la identidad nacional, promoción de la cultura y las creaciones artísticas como parte del patrimonio cultural, artículo 380 literales 1, 4, 5, 6 y 7 que se refieren a las responsabilidades del Estado con respecto a la defensa del patrimonio cultural, apoyo a la vocación artística y la promoción de actividades culturales.

Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 (Ecuador. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)

De esta política de gobierno se ha considerado lo más importante: Del Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad. 5.3. Impulsar los procesos de creación cultural en todas sus formas, lenguajes y expresiones, tanto de individuos como de colectividades diversas, el lineamiento c.

Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (Ecuador. Ministerio de Turismo, 2007)

Entre los objetivos estratégicos del PLANDETUR 2020 que consideran el patrimonio cultural como parte de la oferta turística y prioridad para el desarrollo de la misma son los siguientes:

1.- Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.

4.- Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

En lo que respecta a las Políticas para el turismo del plan estratégico se destaca con mayor énfasis la siguiente:

3.- Se valoriza y conserva el patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio. Además, existen algunas Bases estratégicas del turismo en ello se considera ciertos programas: Programa 6.2: Medidas transversales de turismo para la gestión socio-cultural con el proyecto 6.2.2 Recuperación, revalorización y desarrollo del patrimonio pluri-cultural, histórico e intangible desde el turismo sostenible y el proyecto 6.2.4 Sistema Nacional de Expresiones Culturales para Turismo.

Ley de Turismo (Ecuador. Leyes y decretos, 2002)

Los artículos que tienen relación directa con el proyecto son: Art.3 Son principios de la actividad turística, los siguientes: literal d: La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; Art.4 La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: literal b: Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.

Ley de Patrimonio Cultural (Ecuador. Leyes y decretos, 2014)

Se destaca los siguientes artículos relacionados con el tema: artículo 7 donde se declaran los bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural, literal g, que hace referencia a los objetos etnográficos; y artículo 31 que habla de la conservación de las costumbres artesanales de los grupos étnicos.

Ley de Cultura (Ecuador. Leyes y decretos, 2016)

Los artículos que tienen relación con la investigación son: del Título II Derechos Culturales Tutela y Patrocinio, Capítulo 1 Derechos Culturales, los 17 artículos 11 identidad cultural, 12 libertad de creación, 13 actividades culturales y artísticas, 14 memoria social y patrimonio cultural, 15 saberes ancestrales, Título III Garantías Normativas de los Derechos Culturales, Capítulo II de la Memoria Social y del Patrimonio Cultural, Art. 27 bienes y objetos pertenecientes al patrimonio cultural, numeral 4; Título IV del Sistema Nacional de Cultura, Capítulo I Constitución, fines, principios y objetivos, art 53 fines y objetivos del Sistema Nacional de Cultura, literales 1, 3, 4, 7, 9 que tienen que ver con las creaciones artísticas, fomento de la cultura y protección del patrimonio.

Ley de Defensa del Artesano

(Ecuador. Leyes y decretos, 1997)

Se citan los siguientes artículos que tienen relación: art. 2, literales a, b, c, d, e, f, mismos que expresan las definiciones importantes en la actividad artesanal, art. 7 literales e, f que mencionan deberes y atribuciones de la Junta Nacional de Defensa del Artesano relacionados con el tema.

1.9.3 Fundamentación Teórica

Definir de una forma concreta el turismo cultural, representa una gran dificultad al ámbito al cual se va referir. Es por ello que por motivo de estudio de va a delimitar al análisis de los dos términos, “turismo” y “cultural” de forma separada o independiente y posterior una vez definida los dos términos se establecerá su definición. De la misma forma se describirá los conceptos de oferta y artesanía.

1.9.3.1 Cultura

Para definir cultura Pulido Fernández et al. (2013) mencionan que si el turismo es un fenómeno propio del siglo XX, la cultura es ineludible al hombre. El término cultura ha sido objeto de debate desde la antigüedad. El término se utiliza inicialmente en el latín con el significado de “cultivo de tierra” y con el paso del tiempo, y por extensión, se aplicó al cultivo de los hombres. Desde el siglo XVIII el término ha sido objeto de reflexión de grandes teóricos y se ha ido convirtiendo en uno de los conceptos que más interés y preocupación despierta entre los científicos sociales.

Las definiciones del concepto se realizan desde tres enfoques: cognitivo, expresivo e interpretativo.

- Para el enfoque cognitivo la cultura es el conocimiento acumulado o el conjunto de conocimientos y recursos intelectuales que se acumulan mediante un proceso determinado de aprendizaje. Es decir, la cultura sería los deberes que debe dominar un ciudadano “culto”. Este conjunto de saberes hace más ricas a las sociedades.
- Para el enfoque expresivo la cultura es la suma de las prácticas o expresiones que el ser humano ha desarrollado en su proceso de adaptación y creación de su medio vital: el lenguaje, el arte, el derecho, la historia, la política, etc. Por tanto, la suma de las expresiones que superan los procesos meramente biológicos.
- Por último, para el enfoque interpretativo de cultura es la capacidad que tienen las diferentes sociedades de dotar el significado o valor a las prácticas o expresiones anteriores. La cultura sería el conocimiento acumulado, más todas las prácticas y expresiones sociales de una comunidad concreta, así como los significados y valores que se dan a dichas prácticas.

La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, incluye el conocimiento, las creencias, el arte y la moral, el derecho, las costumbres y cualquier otro hábito y capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de la sociedad. (Naranjo, 1983)

Para la UNESCO:

La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuaos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí misma, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.

1.9.3.2 Cultura popular

Para Claudio Malo González, en su libro *Arte y Cultura Popular* (2006) manifiesta que:

...la cultura popular no pretende homogeneizadora ni universalizadora, su universo es el de la colectividad en la que se da, y no aspira que sus rasgos sean aceptados íntegramente por todo el estado o el mundo. Se puede hablar de un cierto sentido de exclusividad y de poco o ningún empeño para que sus contenidos sean adoptados por otros grupos. Si es que se pretendiera sistematizar el estudio de los elementos integrales y peculiares de la cultura popular, probablemente el primer factor que saltaría a la vista es el de su diversidad. Su riqueza no radica en la creciente cantidad de seres humanos que optan por sus elementos conformadores, como es el caso de la cultura elitista sino en la diversidad de los mismos o en su sentido íntimo y definitorio de pertenencia al grupo. Si se intenta generalizar, éstas deberían tomar en consideración actitudes similares, sistemas de relación entre los integrantes, formas de reproducción no genéticas, grados de adhesión, gratificación psicológica por la pertenencia y práctica, entre otras. (González, 2006, págs. 122,123)

1.9.3.3 Patrimonio Turístico

Para (Jiménez, 2014) el patrimonio turístico “es el conjunto de bienes, libres por lo general y no apreciables en dinero, pertenecientes a una comunidad determinada, los cuales, por estar en un espacio concreto, pueden producir una utilidad económica al ser empleados en actividades turísticas”.

1.9.3.4 Patrimonio Cultural

El contenido de la expresión “patrimonio cultural” ha cambiado bastante en las últimas décadas, debido en parte a los instrumentos elaborados por la UNESCO.

El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colección de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes de espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional.

Hoy en día hay cosas que nos parecen importantes preservar para las futuras generaciones, su importancia puede deberse al valor económico actual o potencial o por el sentimiento de pertenecer a algo, a un país, una tradición o simplemente a un modo de vida.

1.9.3.5 Patrimonio Cultural Inmaterial

La Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO 2003, define como patrimonio cultural inmaterial:

Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

Tal como se define, el patrimonio cultural inmaterial, se manifiesta particularmente en dos ámbitos:

- a) Las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial.
- b) Las artes del espectáculo.
- c) Los usos sociales, rituales y actos festivos.
- d) Los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
- e) Las técnicas ancestrales tradicionales.

1.9.3.6 Motivaciones Culturales

El grupo de motivación cultural está compuesto por todas aquellas causas de viaje, que están relacionadas con las manifestaciones y expresiones que las sociedades han ido desarrollando a lo largo de un proceso histórico que el turista observa y disfruta sincréticamente. (Sulvarán, s.f.)

Según Sulvarán, las motivaciones culturales se clasifican en:

- a) **Motivación étnica:** Donde el turista tiene como objeto participar en los elementos culturales que se han ido transmitiendo a lo largo del tiempo por costumbre y tradición.
- b) **Turismo religioso.** Basado en actos de fe u ofrendas de las personas que dan lugar a manifestaciones que llamamos peregrinación, romería, procesión.
- c) **Turismo festivo:** consiste en la participación del turista en las celebraciones tradicionales de la zona de destino.
- d) **Turismo gastronómico:** tiene como objetivo la degustación de las comidas tradicionales de las zonas de destino.

- e) Motivación espectáculos o acontecimientos programados:**
 Cuando el viaje se desarrolla como consecuencia de que el turista actúa como espectador en un acontecimiento programado de carácter cultural o deportivo.
- f) Motivación monumental:** Es la motivación genérica de carácter cultural que se caracteriza por la visualización y comprensión de los elementos artísticos de una sociedad, utilizando como base la arquitectura, escultura y pintura y las artes menores como la orfebrería, cerámica.
- g) Motivación urbana:** Consiste en un conglomerado de actividades culturales que se centran en la ciudad de destino combinado con el turismo étnico, artístico monumental y el de espectáculos.

1.9.3.7 Turismo cultural

Para Pulido Fernández et al. (2013) a partir de la década de los ochenta del siglo xx aumenta de manera significativa la práctica de turismo cultural. Este acrecentamiento está relacionado con la importancia creciente que las sociedades dan al valor "cultura". Las sociedades postindustriales son sociedades de consumo. Durante décadas, el consumo estaba relacionado con la idea de acumulación –las personas gastaban acumulando bienes-, pero a partir de un determinado momento las personas empezaron a adquirir bienes o servicios para distinguirse, para ser consideradas más sofisticadas, más informadas o más cultas. La utilización se concentra, en especial, en consumo de cultura. Y ese consumo cultural se ve reforzado por la irrupción de otra dimensión: centrándose cada vez menos en objetos tangibles y se centra, de manera creciente, en consumo de experiencias. Y la cultura es un espacio idóneo para ello.

Pulido (citado en Richards, 1996: 24) cita que la definición técnica de turismo cultural es "cualquier movimiento de personas hacia atracciones culturales, como sitio de patrimonio, manifestaciones artísticas y culturales música, teatro o danza, fuera de su lugar habitual de residencia".

1.9.3.8 Turismo

Pulido Fernández et al. (2013) definen al turismo como un fenómeno socialmente significativo a partir de la década de los cincuenta del siglo XX. Es entonces cuando la extensión de un modelo determinado de organización sociopolítica, el denominado Estado de bienestar, hace posible que por primera vez en la historia que un gran número de ciudadanos dispongan de tiempo libre y recursos excedentes para dedicarlos al ocio (las vacaciones comienzan a ser resumidas para los trabajadores; las mujeres empiezan a incorporarse al mundo laboral, etc.). el momento coincide, además con los avances tecnológicos que revolucionaron los medios de transporte y con la extensión de los medios de comunicación de masas.

1.9.3.9 Economía

Para (Gregory, 2012) la economía es:

El estudio de cómo la sociedad administra sus recursos que son escasos. En la mayoría de las sociedades los recursos no son asignados por un dictador omnipotente, sino que se distribuye por medio de las acciones conjuntas de millones de hogares y empresas. Es por esto que los economistas estudian la manera en que las personas toman sus decisiones, cuando trabajan, qué compran cuánto ahorran y en qué invierten sus ahorros. Los economistas también estudian la manera en que las personas se interrelacionan. Examinan, por ejemplo, una multitud de compradores y vendedores de un bien determinado, deciden a qué precio se vende y en qué cantidad. Finalmente, los economistas también analizan las fuerzas y las tendencias que afectan a la economía en su conjunto, incluyendo el crecimiento del ingreso promedio, la porción de la población que no encuentra trabajo y a la tasa a la que se incrementa los precios.

1.9.3.10 Microeconomía

Es el “estudio de las elecciones que hacen los individuos, empresas y gobiernos”. Algunos ejemplos de las preguntas que se plantea esta disciplina son: ¿por qué hay más compradores de vehículos familiares que de vehículos deportivos? ¿cómo afectaría al volumen de pasajeros la aplicación de un impuesto al transporte aéreo? (Parkin, 2006)

Para (Schettino Vélez, 2002) la microeconomía se enfoca en el estudio de los agentes económicos; consumidores y productores. Es un punto de vista individual o específico. Por ejemplo, a la microeconomía le interesa por qué un individuo decide comprar un automóvil mientras otro compra vacas. O por qué un litro de refresco es más barato que un litro de leche. En microeconomía, los precios son relativos; esto es, cuántas sandías para cada melón, cuántos litros de refresco por cada litro de leche, cuánto de cada bien relativo a otro bien.

1.9.3.11 Oferta

El estudio de Ávila 2006 determina lo siguiente:

La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un período dado.

La oferta se da por una serie de posibles alternativas correlacionando las dos variables consideradas. Precios y cantidades. El comportamiento típico de los productores es incrementar las cantidades ofrecidas, en el caso de que los precios aumenten y disminuirlas en el caso de reducciones de precios incompatibles con los costos de producción.

1.9.3.12 Artesanías

Según la definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI, 1997 estipula lo siguiente:

Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente.

Para el Fondo de Nacional para el Fomento de las Artesanías (2014) la artesanía es:

Un producto u objeto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliado por implementos rudimentarios y alguno en función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano. El dominio de las técnicas tradicionales de patrimonio comunitario permite al artesano crear diferentes objetos de variada calidad y maestría, imprimiéndoles, además, valores simbólicos e ideológicos de la cultura local. La artesanía se crea como producto duradero o efímero, y su función original está determinada el nivel social y cultural; en este sentido, puede destinarse para el uso doméstico, ceremonial, ornato, vestimenta, o bien, como implemento de trabajo. En la actualidad, la producción de artesanías se encamina cada vez más a la comercialización. La apropiación y dominio de las artesanías primas nativas hace que los productos artesanales tengan una identidad comunitaria o regional muy propia, misma que permite crear una lía de productos con formas y diseños decorativos particulares que los distingue de otros. (Fondo Nacional para el fomento de las artesanías FORNAT, 2014)

1.9.3.13 Pintura *naif*

El arte *naif* es aquel que desarrollaron un grupo de artistas a los que les denominaron *naifs* o aficionados. La razón es porque no se dedican a la pintura como actividad principal, además de no tener una formación académica, sino más bien por sus actividades autodidactas. (ArteEspaña, 2006)

Para (Jácome, 2009) el arte *naif* de Tigua tiene la influencia de la cultura indígena, en sus cuadros se plasma la cotidianidad de los páramos y creencias. Los artistas de Tigua no poseen conocimientos técnicos, sin embargo, el concepto de sus cuadros ha ido cambiando con el transcurrir del tiempo.

1.9.3.14 Alfarería

El origen de la actividad alfarera se pierde en el tiempo. Es probablemente una de las primeras manifestaciones artísticas que los humanos realizaban en la prehistoria, ante la necesidad de cuencos para cocinar o guardar sus alimentos, desde entonces platos, cazuelas tinajos..., han sido habituales para la población como para los alfareros. (Crespi Vallbona & Planells Costa, 2003)

Para (Francés Sempere, s.f.) la alfarería trata de la habilidad de modelar el barro o arcilla en un alfar, se trata del objeto más corriente es decir la cerámica popular. Los objetos que comprende la alfarería son los de aspecto utilitario, es decir, cazuelas, pozuelos, tinacos que han sido modelados en un alfar, dejándolos secar y sometiéndolos a altas temperaturas dentro de un horno.

1.9.3.15 Cerámica

Francés Sempere cita en un artículo que la cerámica se diferencia de la alfarería por la técnica, menciona que la cerámica trata de objetos mejor elaborados, con técnicas adquiridas mediante estudios académicos.

Sin embargo, para Marcelo Naranjo (1996) la cerámica es:

...la actividad aprendida por los artesanos actuales de sus antecesores, en donde emplean barro que ha sido sometido a diferentes procesos de purificación antes de su utilización, para que posterior a esto se mezcle con agua y se proceda a modelar con las manos diferentes figuras populares, también mediante la implementación de moldes que son llenados y dejados secar al sol. Finalmente, los diferentes objetos de cerámica son enviados al horno a altas temperaturas, después de enfriado son pintadas de acuerdo a la imaginación del artesano.

1.9.3.16 Tejido artesanal

Los tejidos artesanales son aquellos considerados realizados en el hogar y que por lo tanto no representa una elaboración en serie. Los tejidos son casi tan antiguos como la humanidad, y varían de acuerdo a la técnica empleada, los de mayor popularidad son de aguja, crochet, telares entre otros. Los materiales que pueden ser usados son fibras vegetales, lana de oveja o hilos. Las hábiles manos de los artesanos diseñan diferentes figuras y plasmas elementos que están a su alrededor. (Ponce, 2010)

1.9.4 Fundamentación Conceptual

Motivo donde existe mayor venta de artesanías, por ende, consideran que se debería crear una feria.

Tabla 2.

Fundamentación conceptual

Dimensión	Concepto Autor N°1	Concepto Autor N°2
Artesanías	Son aquellos objetos producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. UNESCO/CCI, 1997.	La artesanía es un producto u objeto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliado por implementos rudimentarios y alguno en función mecánica que aligeran ciertas tareas. La materia prima básica transformada generalmente es obtenida en la región donde habita el artesano. Fondo de Nacional para el Fomento de las Artesanías (2014)
Cultura	La cultura es el conocimiento acumulado o el conjunto de conocimientos y recursos intelectuales que se acumulan mediante un proceso determinado	Para la UNESCO la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que

CONTINÚA 

	de aprendizaje. Es decir, la cultura sería los deberes que debe dominar un ciudadano "culto". Pulido Fernández et al. (2013)	caracterizan a una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, etc.
Motivaciones Culturales	El grupo de motivación cultural está compuesto por todas aquellas causas de viaje, que están relacionadas con las manifestaciones y expresiones que las sociedades han ido desarrollando a lo largo de un proceso histórico que el turista observa y disfruta sincréticamente. (Sulvarán, s.f.)	La decisión de visitar cierto destino turístico viene determinada por el propio turismo cultural, de tal modo que el propio mercado turístico cultural puede considerar las dos dimensiones de centralizar el propósito de viaje generalmente hacia conjuntos históricos. (Rodríguez, Talaya, & Martínez, 2011)
Oferta	La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. Ávila (2006)	Exposición pública que se hace de las mercancías en solicitud de venta. Cantidad de productos que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. (Enciclopedia de Economía, 2009)
Demanda	Disposición de un agente económico para pagar, pudiendo hacerlo, el precio de una determinada mercancía. Cantidad que se está dispuesto a comprar de un cierto producto a un precio determinado. (Enciclopedia de Economía, 2009)	Cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo. (Eco-finanzas, 2013)
Alfarería	La alfarería trata de la habilidad de modelar el barro o arcilla en un alfar, se trata del objeto más corriente es decir la cerámica popular. Los objetos que comprende la alfarería son los de aspecto utilitario. Para (Francés Sempere, s.f.)	También conocido como modelado en torno, en donde se utiliza las manos para dar forma a una bola de arcilla blanda sobre una rueda giratoria, guiando y controlando la pieza a medida que el efecto de giro de la rueda empuja la arcilla hacia arriba y hacia afuera. (Barrorodado, 2012)
Cerámica	la actividad aprendida por los artesanos actuales de sus antecesores, en donde emplean barro que ha sido sometido a diferentes procesos de purificación antes de su utilización, para que posterior a esto se mezcle con agua y se proceda a modelar con las manos diferentes figuras populares. Naranjo (1996)	La cerámica es, en términos generales, el modelado de la arcilla mediante distintas técnicas, con el fin de crear objetos decorativos, artísticos o utilitarios. (Barrorodado, 2012)
Pintura	Es el arte de la representación gráfica utilizando pigmentos mezclados con otras sustancias aglutinantes orgánicas o sintéticas en donde se aplican técnicas de pintura. (Barrorodado, 2012)	Es el arte de plasmar en un lienzo, una madera o cualquier fragmento una técnica determinada, para obtener una composición de formas, dibujos y colores. (Francés Sempere, s.f.)
Tejidos	Los tejidos artesanales son aquellos considerados realizados en el hogar y que por lo tanto no representa una elaboración en serie. Los tejidos son casi tan antiguos como la humanidad, y varían de acuerdo a la técnica empleada, los de mayor	El tejido es el proceso donde se emplean técnicas para dar forma con diferentes hilos, en donde se utiliza telares, agujas o crochet. (Naranjo, La Cultura Popular en el Ecuador, 1996)

	popularidad son de aguja, crochet, telares entre otros. (Ponce, 2010)	
Madera	La madera es un material que al ser trabajado adecuadamente permite crear múltiples formas. Para las artesanías en madera es necesario aplicar diversas técnicas. Hay diversas maderas, algunas son duras y otras suaves, cosa que no tiene que ver con la facilidad de tallado. (Revista ARQHYS, 2012)	Las artesanías en madera son talladas mediante un proceso de desgaste y lijado para dar una determinada forma, que puede ser un objeto concreto y abstracto. (Ponce, 2010)
Turistas	Es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado. (Organización Mundial del Turismo, 2007)	Es aquella persona que se traslada de su territorio e origen o de su residencia habitual a un punto geográfico diferente al suyo. La ausencia se produce más allá de 24 hora. (Definición ABC, 2007)
Artesanos	Es la persona que tiene habilidad en algún oficio manual, imprimiendo un estilo o sello personal y artístico a los objetos elaborados, donde cada pieza es distinta a las demás. A diferencia de las que son producidas en serie. (Artistas Plásticos Cantón Pujilí, 2014)	Se refiere a aquello propio de las artesanías. Es el trabajo que ejerce una persona sin ayuda de ningún tipo de fuerza mecánica para lograr productos u objetos que sean de forma manual y por efecto no serán igual unas de otras. (Definición ABC, 2007)
Motivaciones étnicas	Donde el turista tiene como objeto participar en los elementos culturales que se han ido transmitiendo a lo largo del tiempo por costumbre y tradición. Sulvarán (s.f.)	Son aquellos contingentes que sienten la necesidad de viajar y se ven atraídos por elementos culturales diferentes al medio en donde se desenvuelven, aprendiendo hábitos y costumbres. (Ponce, 2010)
Motivación religiosa	Son aquellas basadas en actos de fe u ofrendas de las personas que dan lugar a manifestaciones que llamamos peregrinación, romería, procesión. Sulvarán (s.f.)	Son aquellos viajes realizados a lugares santos que representan lugares de devoción y de peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórico-cultural. Es decir, se compone de patrones religiosos, culturales, espirituales y paisajístico. (Aulet & J., 2011)
Motivación festiva	Consiste en la participación del turista en las celebraciones tradicionales de la zona de destino. Sulvarán (s.f.)	Con la globalización los países y regiones han desarrollado cada vez más eventos para celebrar su cultura. Los turistas de acuerdo con las regiones visitadas, el tipo de fiesta y las variables socio-económicas se ven atraídos a participar dentro de estos programas. (Vieria, 2015)
Motivación gastronómica	Tiene como objetivo la degustación de las comidas tradicionales de las zonas de destino. Sulvarán (s.f.)	Cuando el turista muestra interés por degustar o aprender sobre las tradiciones gastronómicas de la región. (Vieria, 2015)
Motivación acontecimientos programados	Cuando el viaje se desarrolla como consecuencia de que el turista actúa como espectador en un acontecimiento	El turista se moviliza por la necesidad de consumir cierto evento cultural o deportivo ya programado. (Vieria, 2015)

	programado de carácter cultural o deportivo. Sulvarán (s.f.)	
Motivación monumental	Es la motivación genérica de carácter cultural que se caracteriza por la visualización y comprensión de los elementos artísticos de una sociedad, utilizando como base la arquitectura, escultura y pintura y las artes menores como la orfebrería, cerámica. Sulvarán (s.f.)	Se tiene en cuenta la atracción que puede provocar determinados aspectos de la cultura, fundamentalmente ciertos elementos tangibles, como puede ser la arquitectura monumental o tradicional, esculturas y estatuas. (Alfonso, 2003)

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN EL CANTÓN PUJILÍ

La investigación de campo se realizó en las parroquias La Matriz, La Victoria y Zumbahua, donde la población se destaca en la elaboración de artesanías. En esta fase se revisó, recopiló y se sistematizó la información recibida.

Para el propósito de la investigación también se empleó las fuentes secundarias, es decir libros o revistas que ayuden a la construcción y desarrollo del tema.

Dentro del método cuantitativo se empleó encuestas dirigidas a los turistas y a los artesanos para conocer la incidencia de las artesanías y la realidad de la actividad.

2.1 Reseña histórica de la actividad artesanal en Pujilí

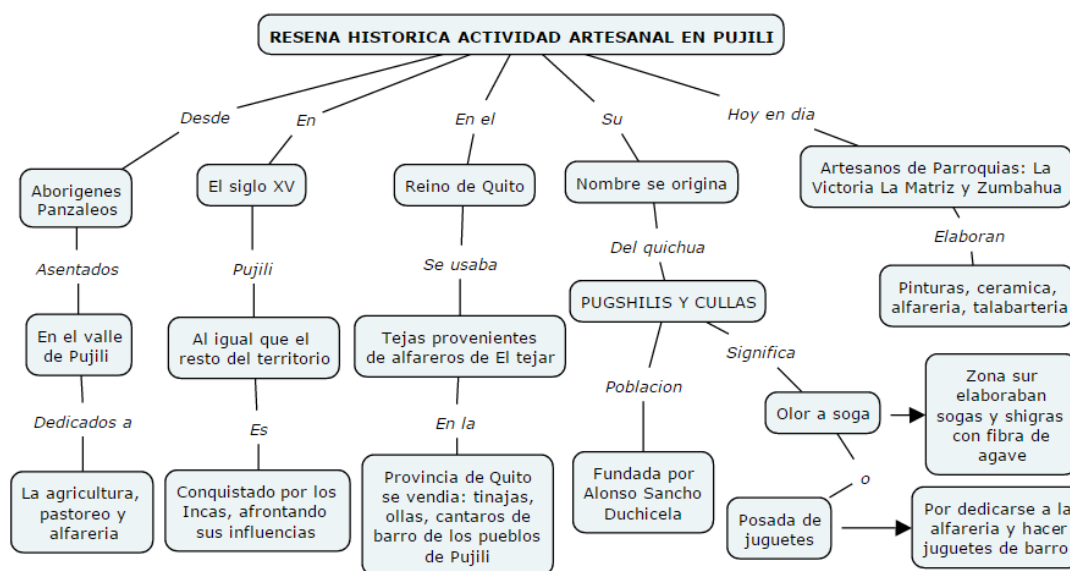
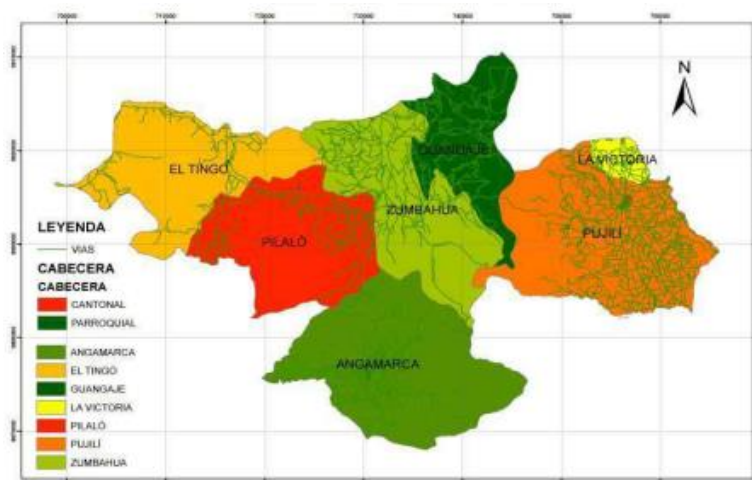


Figura 1. Reseña histórica de la actividad artesanal en Pujilí

2.2 Características de las artesanías

Las características de las artesanías de las tres zonas de estudio, son diferentes entre ellas. Cada una se distingue de la otra por los materiales, técnicas y diseños que utilizan las hábiles manos de los artesanos. Mismos que se detallan por parroquias en diferentes tablas.



Fuente: POA Pujilí
Figura 2. Mapa político cantón Pujilí

2.2.1 Artesanías en la Parroquia La Victoria

La actividad artesanal se originó en el barrio El Tejar, donde sus moradores se dedicaban a la agricultura y elaboración de objetos de arcilla; convirtiéndose en la mayor fuente de ingreso económico. El barro es la materia prima que se refleja en las obras de alfarería.

Tabla 3.
Datos de la Actividad Artesanal parroquia La Victoria.

Parroquia: La Victoria		
Ubicación: a 10 km de Latacunga y 3 km de Pujilí	Población: 3016	
Localización geográfica: 0°57'12"W 78°41'40"S	Altura: 2770 m.s.n.m.	

CONTINÚA

Este: 75°66'77" Norte: 98°94'45"	Temperatura: 8°C, 20°C	
Generalidades de la actividad artesanal		
<p>Dentro de La Victoria, barrios como El Tejar, Mulinlivi y el Calvario son lugares donde la mayor parte de habitantes se dedican a la alfarería. Los objetos que comúnmente elaboran son alcancías, ollas, maceteros, floreros, tejas, los tradicionales pundos y figuras decorativas entre otros.</p> <p>La oferta de productos varía dependiendo de los talleres donde se realiza. Algunos objetos son más rústicos y otros tienen un mejor acabado, eso también influye en el precio. Existe talleres que técnicamente han ido mejorando e implementando nuevos métodos. A pesar de eso no todos disponen de los recursos necesarios para mejorar y evitar el uso del plomo, lo cual es una realidad que ha causado graves daños principalmente en la salud.</p>		

Tabla 4.
Evolución de las artesanías durante el tiempo.

Evolución de las artesanías durante el tiempo
<p>Inicialmente los primeros objetos que se realizaban fueron las tejas, posterior los pundos y ollas que eran muy requeridos en la población para preparar sus alimentos. Ya en la celebración de finados, la venta de alcancías (en forma de cerdos o animales domésticos como vacas, gallinas, perros) platos, ollas y tiestos de barro eran común y muy requeridos por la población en general, esto aproximadamente en los años 80 y hasta mediados del 97. Posterior a esta fecha los gustos de los compradores influenciados por la modernidad y por programas televisivos, generalmente infantiles, los diseños fueron tomando diferentes formas. Hoy en día muchos de los objetos son elaborados en yeso.</p>

Tabla 5.
Procesos de producción artesanal

Procesos de producción artesanal
<p>Los pasos a seguir para elaborar tejas, vasijas, ollas, alcancías, entre otros son:</p>

CONTINÚA 

1) Adquisición de materia prima (arcilla o barro).

Es adquirida de diferentes partes del país:

- Riobamba; se compra barro rojo.
- Puyo; se compra barro de tonalidad gris, blanca, amarillenta y caolín.
- Sigchos; barro rojo.
- El Tingo-Pujilí; arcilla negra y gris.



2) Preparación del barro.

La técnica de preparado depende del objeto que se vaya a elaborar.

- Objetos hechos en molde de yeso:

El barro debe estar seco, triturado (para que esté bien triturado los alfareros suelen pisar el barro esta actividad la realiza toda la familia) y tamizado o cernido. Debe ser preparado con tres días de antelación.

- **Cerámica utilitaria:**

Aquí se debe combinar dos tipos de arcillas, comúnmente se mezclan la proveniente de la ciudad del Puyo con la de El Tingo-Pujilí. Se debe tamizar y secar muy bien para elaborar la masa.

- **Productos de alfarería:**

Para estos tipos de productos se emplea la arcilla negra. Se debe triturar, secar y preparar una masa similar a las que se hace con la harina.

Una vez que la masa haya sido reposada por tres días se procede a amasar al punto en que todo quede homogéneo. Luego se procede a llevar al torno (es un instrumento de madera que gira), en donde se emplea las manos y los pies para dar forma de diferentes utensilios de cerámica.

Secado al natural del barro:

Ya cuando los objetos hayan sido dados forma en el torno, se lleva a secar en grandes galpones cerrados durante dos días. Luego se traslada a galpones abiertos durante dos días más. Pasado este tiempo son expuestas directamente al sol para su secado final, dependiendo del tiempo que cada objeto requiera.



3) Horneado

CONTINÚA

Cuando los objetos están completamente secos, son llevados a hornos artesanales y rudimentarios contruidos con ladrillos, para ser horneados con chamizas (ramas y hojas secas de árboles de capulí o eucalipto) y leña a temperaturas que requiera cada objeto. De tal forma que se eliminen las impurezas orgánicas que poseen.



4) Decoración

Finalmente, el último paso dentro del proceso de elaboración de un objeto en barro es la decoración. El brillo, la coloración y los detalles son realizados de acuerdo a la creatividad y destreza del artesano o según el requerimiento del cliente. Para lo cual utilizan pintura de agua, brochas, escarcha.



Tabla 6.
Lugar de comercialización.

Lugar de comercialización

Anteriormente, en los años 90 y 96 los artesanos vendían sus productos los días domingos y miércoles (días de feria) a las afueras del Palacio Municipal del cantón Pujilí, sitio que era muy recurrido por los pobladores locales y por turistas en su mayoría extranjeros. Posterior a esto los comerciantes fueron reubicados en aquel entonces en el terminal de donde salían los buses hacia ciudades como Latacunga y Quito, debido a la remodelación de las instalaciones del Palacio Municipal, por los daños que ocasionó el terremoto del año 1996. Una vez que fueron cambiados de sitio, según opiniones de los artesanos, la presencia de turistas extranjeros que deseaban conocer y fotografiar las artesanías disminuyó drásticamente, pudiendo ser uno de los factores el lugar donde fueron reubicados, el sitio era un completo caos teniendo cerca los baños municipales que no contaban con un correcto mantenimiento. Hasta que hoy en día los artesanos de la parroquia La Victoria ya no venden sus productos los días de feria. **(Ugsha, 2016)**

Otra forma de comercialización y exposición de las artesanías es la Feria de Finados, misma que solía realizarse en el parque centran de Pujilí Luis Fernando Vivero, en el antiguo terminal del cantón y posteriormente en la plaza Sucre conocida como plaza de papas. En donde la mayoría de artesanos de La Victoria ofrecían sus productos a turistas. Sin embargo, en el 2009 fue la última vez que participaron en la feria desarrollada por el municipio dentro del cantón. Ya para el 2010 la Asociación de Alfareros de La Victoria decidieron organizar la feria en la vía de ingreso a su parroquia. Causando ese año sorpresa a los turistas, a quienes se les hacía más fácil el acceso al centro, e inconformidad en los artesanos de la parroquia La Matriz, alegando que para ellos el número de turistas disminuyó

CONTINÚA 

considerablemente. En el 2015 se realizó la VII Feria de Finados La Victoria, en donde participaron la totalidad de artesanos, misma que se desarrolló satisfactoriamente, la feria tuvo cuatro días de duración desde el 31 de octubre hasta el 3 de noviembre.



2.2.2 Localización



Figura 3. Mapa satelital parroquia La Victoria

Tabla 7.
Talleres artesanales parroquia La Victoria

N	Taller artesanal	Dirección	Leyenda
1	Sr. Milton Reinoso	Vía principal s/n, entrada la victoria	
2	Taller #2	Vía principal s/n, entrada la victoria	
3	Taller #3	Vía principal s/n, entrada la victoria	
4	Taller Hugo Vaca	Vía principal s/n, entrada la victoria	
5	Taller #4	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
6	Sra. Nancy Reinoso	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
7	Sra. Griselda Chicaiza	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
8	Taller #8	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
9	Taller #9	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
10	Sr. José Chicaiza	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
11	Sra. Olga Bonifáz	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
12	Taller #12	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
13	Sr. Luis Esquivel	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
14	Finca La Victoria	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
15	Taller #15	Vía principal s/n, barrio Mulinlivi	
16	Alfarería Gustavo Ortiz	Calle Vicente Rocafuerte	
17	Francisco Bonifáz	Calle Vicente Rocafuerte	
18	Cerámica y artesanía la ideal	Calle Vicente Rocafuerte	
19	Taller #19	Calle Vicente Rocafuerte	
20	Cerámica Jorge Olmos	Calle Vicente Rocafuerte	
21	Auténticas Artesanías	Calle Vicente Rocafuerte	
22	Taller #22	Calle Vicente Rocafuerte	

2.2.3 Artesanías de la Parroquia La Matriz

La actividad artesanal surge en los alrededores de lo que hoy es la parroquia La Matriz. Las artesanías que se producían eran de tipo juguetería es decir pequeñas figuras de barro para decorar los techos de las casas o pequeños adornos que hacen alusión a los personajes de las fiestas del cantón. Hoy en día la actividad artesanal de La Matriz se basa en la elaboración de cerámica de personajes de los danzantes de Corpus Cristi, pase del niño de Isinche, paisajes, réplicas de obras de arte, separadores de página con plumas de aves y en cuero de borrego.

Tabla 8.
Datos de la Actividad Artesanal parroquia La Matriz.

Parroquia: La Matriz	
Ubicación: a 12 km de Latacunga	Población:
Localización geográfica: 78°43'20"W 00°57'26"S Este: 76°76'77" Norte: 98°94'45"	Altura: 2870 m.s.n.m.
	Temperatura: 8°C 23°C
	
Generalidades actividad artesanal parroquia La Matriz	
<p>En la parroquia La Matriz se viene elaborando la denominada juguetería creativa, objetos y pinturas elaborados en cerámica, barro cocido, plumas, cuero de oveja, porcelana, cromo, madera y piedras. Cabe agregar que en los diferentes objetos se plasma la fiesta del Corpus Christi, paisajes y montañas muy típicas del callejón interandino, corridas de toros y el pase del niño de Isinche. En el taller del Sr. Diego Olmos también se vende shigras (bolsos tejidos a mano con fibra de agave); sin embargo, no son elaboradas por él, sino que le entrega una familia de la comunidad de Alpamág de San Rafael, ubicada al sur del cantón. Las familias Olmos, Caillagua, Gavilema son los más reconocidos dentro de esta actividad tanto que hoy en día es la quinta generación quienes se encuentran al frente de los talleres artesanales.</p>	

Resulta oportuno mencionar que existe el centro de arte San Nicolas, aquí se realiza trabajos de ebanistería, ubicado en la comunidad Juigua Yacubamba a 12 km hacia el sur vía La Merced. La mayor parte de los objetos que se elabora son de temas religiosos.

Tabla 9.
Evolución de las artesanías durante el tiempo

Evolución de las artesanías durante el tiempo
<p>Inicialmente los artesanos trabajaban únicamente con barro cocido, para luego pintarlos con esmalte o anilina. Los objetos que principalmente se elaboraban son juguetes, casas para pesebres, figuras del danzante y animales domésticos.</p> <p>Hoy en día se continúa utilizando barro cocido, a esto se ha implementado materiales como cerámica, porcelana, cromo, madera, piedras, plumas de aves domésticas y cuero de oveja, estos dos últimos son vendidos como separadores de página, es una forma de incentivar la lectura menciona el Sr. Olmos.</p> <p>Los turistas especialmente extranjeros, se quejaban frecuentemente que no podían transportar artesanías, ya sea por su tamaño o fragilidad, dio como resultado la innovación y variedad de artesanías mencionadas anteriormente.</p> <p>Las obras de los artesanos se han nutrido de una amplia riqueza cultural y sostenida en una visión paisajística, pueden apreciarse el folklor popular en sus más diversas manifestaciones. Las pinturas son más exuberantes y de mucho colorido.</p> <p>Los estilos en los que han incursionado son pinturas sobre plumas de aves y cuero de oveja, plasmando la flora y fauna del cantón. (Artistas Plásticos Cantón Pujilí, 2014)</p>

Tabla 10.
Procesos de producción artesanal parroquia La Matriz

Procesos de producción artesanal

El proceso depende del material y del objeto a realizarse:

Pluma: se remueve las impurezas y se procede a pintar con esmalte. Dependiendo de la complejidad de los dibujos puede demorarse entre 1 a 5 horas en pintar. Tiempo de secado 1 hora aproximada. El valor mínimo es de USD 2,30.



Barro cocido: el barro desde que es extraído pasa por diferentes procesos para ser utilizado en el modelado de las figuras. El barro en su estado natural tiene grumos gruesos e impurezas, es por ello que se debe triturar golpeando con mazos (instrumentos de madera en forma de bate de béisbol). Posterior a este proceso se debe tamizar o cernir con mallas metálicas conocidas como zaranda (instrumento rectangular para cernir). Cuando el barro está listo para ser procesado, se hidrata con agua y se procede a dar forma a las figuras para luego dejarlas secar de 6 a 24 horas dependiendo del tamaño y de la intensidad del sol. Como siguiente paso se debe cocer el barro en hornos diseñados para éste fin. Finalmente se debe pintar con pinturas de agua y dejar secar.

Cerámica: para los objetos realizados en cerámica se emplea arcilla. Para la técnica del modelado, primero se debe humedecer e iniciar a amasar de forma continua hasta que se elimine el aire de la masa. Posterior se modela y se da la forma requerida, se deja secar y finalmente se pinta y se da brillo.

Cuero de oveja: los cueros de ovejas utilizados para hacer artesanías son compradas en ferias, mismas que ya son curtidas industrialmente. Los artesanos laminan finamente el cuero, posterior se lija suavemente, de esta forma el material está listo para ser pintado.

Elementos utilizados para realizar artesanías:

- Pigmentos naturales.
- Anilina.
- Esmalte.
- Brochas.
- Tapas de botellas.

Técnicas aplicadas:

- Satinado.
- Modelado.
- Tallado.

Dependiendo del tamaño y complejidad del objeto se pueden demorar entre 30 minutos a 1 semana. Los precios oscilan entre USD 0,50 y 80,00.

Tabla 11.
Lugar de Comercialización parroquia La Matriz

Lugar de comercialización

Dependiendo de los artesanos y de los contactos que tengan se envían las artesanías hacia ciudades como Quito y Cuenca principalmente, algunos también venden en el mercado de Saquisilí, debido a la fuerte presencia de turistas que acuden a la feria indígena.

Se envía uno o dos representantes de la Asociación de Artesanos de La Matriz a ferias de turismo o emprendimiento que realizan las entidades públicas. Al mismo tiempo se expone y vende en el Centro Cultural "Gonzalo Montenegro" y los propios talleres de los artesanos. El mercado nacional y europeo son los que más adquieren las artesanías.



La temporada alta de venta es desde noviembre hasta febrero, mismas que coinciden con las vacaciones de turistas extranjeros y con la fiesta del pase del niño de Isinche y con la feria de Finados. En relación con este último, la separación de los artesanos de La Victoria ha sido un aspecto negativo que ha perjudicado la venta de las artesanías durante esta fecha. A pesar que se continúe haciendo la feria de finados en el parque Luis Fernando Vivero, la participación de los visitantes es mínima. Esto ha hecho que algunos de los artesanos busquen un lugar dentro de la Feria de Finados de La Victoria.

2.2.4 Localización Artesanos Parroquia La Matriz



Figura 4. Mapa satelital parroquia La Matriz

Tabla 12.
Talleres artesanales parroquia La Matriz


N	Taller artesanal	Dirección	Leyenda
1	Arte y diseño José Olmos	Calle Kleber Limaico y s/n	
2	Galería El Gallo Azul de Germán Olmos	Av. Velazco Ibarra y Rafael Villacís	
3	Cerámica Olmos de Diego Olmos	Calle Rafael Morales y Vicente Rocafuerte	
4	Cerámica Sr. Luis Chicaiza	Av. Velazco Ibarra y José Joaquín Olmedo	
5	Artesanías José Arrollo	Av. Velazco Ibarra y Calle 9	
6	Artesanías Caillagua	Calle Juan Salinas y s/n	
7	Arte y cerámica Alejandro Gavilema	Av. Velazco Ibarra ingreso barrio Guápulo	
8	Taller Sr. Marcelo Guato	Av. Velazco Ibarra, barrio cuatro esquinas	

2.2.5 Artesanías de la Parroquia Zumbahua

La actividad artesanal surge en la comunidad de Tigua, en donde las hábiles manos indígenas pintaban cuadros en el cuero del borrego, máscaras de madera y en los bombos que eran elaborados manualmente. En las pinturas se plasma la cotidianidad de los pueblos indígenas, sus costumbres y los paisajes que les rodean.

Tabla 13.
Datos de la Actividad Artesanal parroquia Zumbahua.

Parroquia: Zumbahua	
Ubicación: a 44 km de Pujilí	Población: 12 643
Localización geográfica:	Altura: MAX: 4 250 m.s.n.m
78°51'55"W 00°56'54"S	Temperatura: MIN: 7°C, MAX: 17°C
Este: 73°96'75" Norte: 98°95'87"	



CONTINÚA 

Generalidades actividad artesanal parroquia Zumbahua

En el sector de Tigua se elaboran pinturas en piel de oveja, que después de un largo proceso de curtido, secado y laminado quedan listas para ser extendidas en un marco de madera. El cuero de oveja es el lienzo de los artesanos de Tigua, sobre el cual plasman paisajes, actividades cotidianas en el páramo, leyendas.

Otro tipo de artesanías es la fabricación de máscaras de madera, hechas de varios tipos de árboles. Son modelados con una azuela, tallados con un cincel y suavizados con lima.

Hoy en día sus pinturas no son plasmadas únicamente en piel de oveja o en las máscaras, sino que también en pequeñas copas de cristal. Elaboran objetos como porta vasos o adornos de pared. Algunos de los artesanos venden sus pinturas y demás artesanías en el parque El Ejido en Quito, en la feria de Saquisilí y otros en el Parque Nacional Cotopaxi.




Tabla 14.
Evolución de las artesanías durante el tiempo parroquia Zumbahua

Evolución de las artesanías durante el tiempo

En zonas del Quilotoa y Tigua acostumbraban hacer pequeñas canastas de paja. También se conoce que los cueros de los tambores eran pintados con plumas plasmando dibujos de figuras geométricas, animales y personas. Pero el Sr. Julio Toaquiza, agricultor de la comunidad de Tigua fue quien se le ocurrió plasmar en cuero de borrego los mismos dibujos de los tambores y máscaras festivas.

Las primeras pinturas eran muy rudimentarias y eran enmarcadas en perfiles de madera. Mismas que comienzan a tomar valor cuando la señora Olga Fish lleva algunos tambores y pinturas a su taller de galería. Según se iba requiriendo en el mercado las pinturas iban cambiando. Las ideas plasmadas en la pintura son leyendas, paisajes y la cosmovisión de los indígenas y los trazos fueron mejorando al pasar de los años. Hoy en día la mayoría utiliza los cueros curtidos industrialmente en mercados de Latacunga, Ambato o Saquisilí, también se ha hecho muy común la elaboración de pinturas en óleo.

Tabla 15.
Procesos de producción artesanal de máscaras

Procesos de producción artesanal	
MÁSCARAS DE MADERA	
<p>El proceso de elaboración de una máscara de madera puede tomar un tiempo de 1 a 2 días, los factores que influyen son el tamaño de la figura, los detalles y las decoraciones.</p> <p>El precio de comercialización está entre 5 y 120 dólares, dependiendo de las medidas que tenga la máscara.</p> <p>El proceso se detalla a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Seleccionar la madera, puede ser de quishuar o madera de monte cuya madera no sea dura.	
	
<ol style="list-style-type: none">2) Retirar la corteza con una azadilla (herramienta pequeña similar a una azada).	
	
<ol style="list-style-type: none">3) Lacar y dar forma a la madera con un formón cuyo tamaño depende del detalle que se va a realizar.	
	
<ol style="list-style-type: none">4) Lijar y limpiar impurezas.5) Enyesar, para cubrir alguna imperfección.	

CONTINÚA 

- 6) Pintar con colores llamativos.



- 7) No se debe exponer al sol directamente para que no se trice.

Tabla 16.
Procesos de producción artesanal de pinturas.

Procesos de producción artesanal
PINTURAS EN PIEL DE OVEJA
<p>Dependiendo del tipo y material de la artesanía los procesos son:</p> <p>1) Pintura en cuero de borrego:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Limpiar el cuero sumergiendo en agua. ➤ Cubrir en una mezcla de ceniza y cal, para posterior a eso sumergir en orina, para que se remueva con más rapidez la lana. <div style="text-align: center;"> </div> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Lavar con jabón ➤ Dejar secar al sol durante varios días de acuerdo a la textura del cuero. Durante el secado se debe estacar el cuero, es decir extender para que el cuero no se encoja. ➤ Laminar, es decir reducir el espesor del cuero para simular una tela. <p>Hoy en día la mayoría opta por comprar cueros curtidos industrialmente.</p> <p>Los precios de las pinturas varían de acuerdo a las dimensiones del cuadro. El rango es va de 3 hasta 500 dólares.</p>

Tabla 17.
Lugar de comercialización

Lugar de comercialización

Los principales lugares de comercialización son en los talleres ubicados en la misma comunidad. También se los vende en la feria de Saquisilí, en el parque El Ejido en Quito, Parque Nacional Cotopaxi y en exposiciones individuales y colectivas que participa la Asociación de Artistas de Tigua. De la misma forma en el mirador de la laguna del Quilotoa también se ofrecen diferentes tipos de artesanías.

2.3 Ubicación Artesanos Parroquia Zumbahua



Figura 5. Mapa satelital Parroquia

Tabla 18.
Talleres artesanales parroquia Zumbahua

N	Taller artesanal	Dirección	Leyenda
1	José Toaquiza	Tigua Eje 30 s/n	
2	Julio Toaquiza Tigasi	Tigua Eje 30 s/n	
3	Alfredo Toaquiza Ugsha	Tigua Eje 30 s/n	
4	Alfonso Toaquiza Ugsha	Tigua Eje 30 s/n	
5	Juan Francisco Ugsha	Tigua Eje 30 s/n	
6	Fabián Ugsha Toaquiza	Tigua Eje 30 s/n	
7	Jorge Gustavo Quindigalle	Laguna del Quilotoa, calle s/n	
8	Juan César Umajinga	Laguna del Quilotoa, calle s/n	

2.4 Influencia de festividades y atractivos

Durante el año, en el cantón se realizan diferentes actividades como la feria de finados y Corpus Christi donde hay masiva presencia de turistas, ya sean estos locales, nacionales o internacionales. También existen dos importantes atractivos turísticos como la laguna del Quilotoa y el santuario del niño de Isinche, donde la afluencia de personas es alta, generalmente fines de semana. Estos generan que artesanos de la zona aprovechen las mencionadas festividades y atractivos para ofrecer sus productos, sin embargo, no siempre obtiene resultados satisfactorios. Incluso se puede decir que cierto evento puede beneficiar más a una zona de estudio más que a otra.

Tabla 19.
Influencia de las festividades y atractivos en la oferta de artesanías.

	PARROQUIA VICTORIA	LA	PARROQUIA LA MATRIZ	LA	PARROQUIA ZUMBAHUA
CORPUS CHRISTI	En esta fecha el porcentaje de ventas incrementa, pero no es significativo. Se vende entre 10 a 15 artesanías en promedio.		No es buena la venta. Los turistas prefieren ver el desfile y otros beber. A ciertos artesanos, los priostes compran recuerdos relacionados al danzante con antelación, sin embargo, no todos los artesanos tienen este tipo de pedidos.		
FERIA FINADOS	Es la fecha de mayor comercialización. Los artesanos trabajan todo el año para vender la mayor parte de su producción en esta fecha		Se vende cierta cantidad, pero la feria de finados en La Victoria atrae más turistas, lo que produce que no sea completamente satisfactorio. En cuestión de porcentaje se podría decir que la venta es de un 10 a 20% de las artesanías.		No influye en el incremento de ventas.
PASE DEL NIÑO DE ISINCHE	Algunos turistas que acuden masivamente al pase del niño ingresan a comprar artesanías de característica utilitaria, sin embargo, las ventas no son significativas a la feria de finados.		Las ventas en ésta época son favorables. Generalmente los priostes suelen comprar ciertas artesanías.		
LAGUNA DEL QUILOTOA	Eventualmente ciertos talleres son visitados, especialmente cuando hay algún feriado.		Cuando no había el paso lateral a La Maná si solían pasar los turistas que regresaban del Quilotoa. Hoy en día es muy raro o nada probable.		Es la principal influencia, la mayor parte de turistas que van hacia el Quilotoa realizan una parada técnica en los talleres de los artesanos.
OTROS	Los visitantes que acuden a las fiestas de carnaval que organiza la GAD Parroquial, aprovechan para adquirir ciertas artesanías.		En los feriados pocos turistas visitan los talleres. Cuando es la fiesta de la Mama Negra ciertos artesanos tienen pedidos para elaborar recuerdos relacionados a la festividad.		Persona que viajan hacia la costa por la vía Latacunga-La Maná, eventualmente realizan paradas.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Modalidad de investigación

La modalidad utilizada para la investigación fue de campo, en donde se considera el análisis sistemático, en donde se describa e interprete la información.

3.1.1 Investigación de campo

Por el lugar donde se desarrolló la problemática se consideró como investigación de campo, ya que como investigador se interactuó en el lugar donde se identificó el problema. Se relacionó las variables de estudio, accediendo a la información de las artesanías y el turismo cultural, en las visitas realizadas a los artesanos se pudo evidenciar los procesos de elaboración.

3.2 Tipos de investigación

La presente investigación se llevó a cabo con los siguientes tipos de investigación:

3.2.1 Investigación descriptiva

Se utilizó la investigación descriptiva debido a que se empleó encuestas dirigidas a turistas para conocer el interés que causa las artesanías del cantón Pujilí dentro de sus actividades turísticas, y para los artesanos de las tres parroquias en estudio, mismas que fueron comparadas con los diferentes elementos o expresiones culturales de tal manera que se pudo clasificar bajo diferentes criterios.

3.2.2 Investigación exploratoria

La investigación exploratoria se aplicó para realizar encuestas a los artesanos de las tres parroquias contempladas dentro del estudio. De esta forma se sondeó el problema bajo el paradigma de las distintas realidades en las que se ha venido desarrollando el turismo cultural dentro del cantón.

3.3 Diseño de la investigación

El diseño de investigación aplicado es no experimental cuantitativa, de tal forma que no se manipulará el objeto de estudio, en éste caso el turismo cultural y la oferta de artesanías. En tal razón se empleó la investigación transaccional o transversal, para describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento determinado a distintos grupos de artesanales de parroquias diferentes, en los cuales se va recopilar datos referentes a la oferta de artesanías en el cantón Pujilí, de tal forma que se pueda medir las percepciones de los turistas, número de turistas que muestran interés en las artesanías y determinar la incidencia de los productos artesanales dentro del turismo del cantón, mediante la aplicación de encuestas.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

Para establecer la población se consideró los registros que se maneja al ingreso de la laguna de Quilotoa; esta información fue obtenida del Ministerio de Turismo de Latacunga, el número de turistas en el segundo semestre del 2015 fue: 51 000 turistas, de los cuales 13 076 fueron extranjeros.

En cuanto a los artesanos la población que corresponde son: 32 personas, según los datos del Ministerio de Industrias y Productividad Zona 3 (MIPRO, 2016). Cabe recalcar que este número específico de artesanos, son quienes se encuentran registrados bajo la entidad mencionada.

3.4.2 Muestra

Turistas que realizan actividades de tipo cultural.

Para calcular la muestra se utilizó como referencia la siguiente fórmula, tomando en cuenta que es una población finita: (Herrera, Medina, & Naranjo , 2004)

$$n = \frac{Z^2(N.P.Q)}{(N-1)(E^2) + Z^2(P.Q)}$$

Aplicación de la fórmula para encuestar turistas:

Tabla 20.

Datos fórmula para muestra

DATOS	
n= tamaño de la muestra	n=?
P= probabilidad de éxito	P= 0,50
Q= probabilidad de fracaso	Q= 0,50
N= universo	N= 51 000
E= error	E= 0.05
Z= nivel de confianza (95%)	Z= 1,96

$$n = \frac{Z^2(N.P.Q)}{(N-1)(E^2) + Z^2(P.Q)}$$

$$n = \frac{1,96^2(51\ 000.0,5.0,5)}{(51\ 000 - 1)(0,05^2) + 1,96^2(0,5.0,5)}$$

$$n = \frac{3,84(12\ 750)}{(50\ 999)(0,0025) + 3,48(0,25)}$$

$$n = \frac{48\ 960}{127,4975 + 0,87}$$

$$n = \frac{48\ 960}{128,3675}$$

n= 381 encuestas a turistas

Para la muestra de los artesanos, se ha tomado en cuenta a toda la población, por ser una cantidad pequeña, es decir 32 encuestas.

3.4.3 Tipo de muestreo

Para realizar el análisis de investigación se ha empleado el método probabilístico aleatorio simple, en donde todos los elementos que componen en universo, tienen la misma probabilidad de ser seleccionados en la muestra. Además de asegurar la obtención de una muestra representativa de encuestas a aplicarse.

3.5 Técnicas de recolección de datos

La encuesta fue la técnica utilizada para la recolección de información, tanto para los turistas como para los artesanos.

3.5.1 Instrumento

El instrumento que se empleó fue un cuestionario estructurado lo cual permitió ser claro y preciso al momento de obtener información de las personas encuestada, como se puede evidenciar en el anexo A Y B.

3.5.2 Validez y confiabilidad

Para garantizar la validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación se siguió un proceso en donde se presentó a la docente tutora, el modelo de encuesta a aplicarse, para su respectiva corrección. Previa su autorización se procedió con el empleo de las encuestas.

3.6 Técnicas de análisis de datos

Una vez ejecutadas las respectivas encuestas, el instrumento que se utilizó para el procesamiento de datos fue el programa estadístico SPSS, de tal manera que se compiló la información. En donde se interpretó los datos que arrojó el sistema tomando en cuenta la frecuencia y el porcentaje.

3.7 Análisis de resultados

En el presente capítulo se exponen los resultados de la aplicación del estudio de mercado que se llevó a cabo, para obtener información y de esta manera validar los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas y a los artesanos.

Las encuestas dirigidas a los turistas fueron levantadas en dos lugares del cantón Pujilí, en donde hay una concurrida presencia. El primer lugar fue el Santuario del Niño de Isinche, durante los domingos 20 y 27 de marzo de 2016, en donde se encuestó a 190 visitantes. El segundo lugar de encuestas fue la laguna del Quilotoa, durante los sábados 19 y 26 de marzo de 2016, en este lugar se indagó a 191 personas.

Las encuestas realizadas a los artesanos, fue ejecutada en las tres parroquias del cantón que se encuentran inmersas en la investigación. En La Victoria se encuestó a 20 artesanos, el día 10 de junio; en La Matriz a 6 personas, los días domingo 12 de junio y lunes 13 de junio de 2016 y finalmente en Zumbahua a 6 artesanos, durante el sábado 26 de marzo de 2016.

3.7.1 Análisis de encuesta realizada a turistas del cantón Pujilí

Tabla 21.
Género

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Masculino	200	52%
	Femenino	181	48%
	Total	381	100%

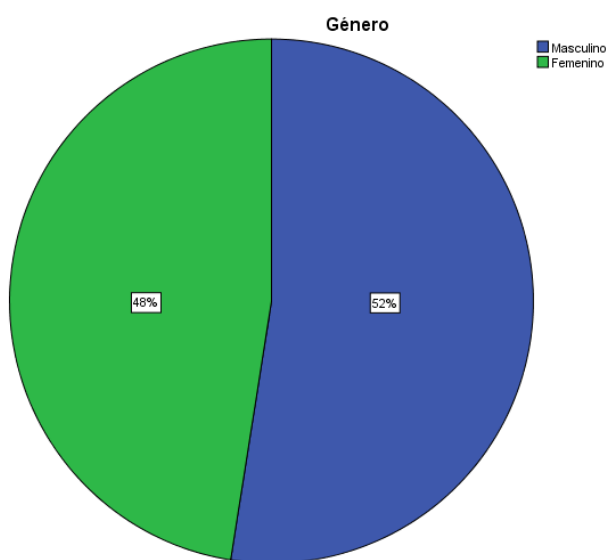


Figura 6. Género

Del 100% de personas encuestadas el 52% fue de género masculino, mientras que el 48% fue femenino.

La diferencia en porcentajes entre ambos géneros no es muy marcada, sin embargo, el mayor porcentaje correspondiente al grupo masculino, esto puede deberse a que es más común los viajes grupales entre hombres.

Tabla 22.
Edad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	15-20	52	14%
	21-26	100	26%
	27-32	103	27%
	33-38	66	17%
	39-44	33	9%
	45-50	12	3%
	51-56	15	4%
	Total	381	100%

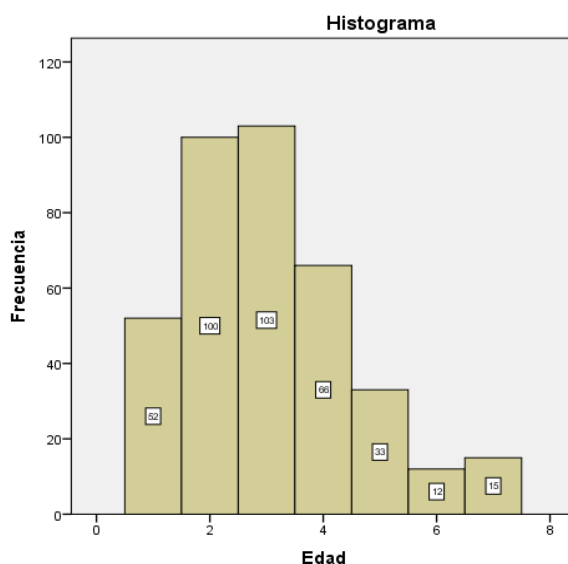


Figura 7. Edad

Del 100% de personas encuestadas el 27% corresponde a personas de entre 27-32 años, el 26% entre los 21-26 años, el 17% a 33-38 años, el 14% de 15-20 años, mientras que los porcentajes más bajos son 9%; 4% y 3% correspondiente a rangos de edad entre 39-44; 51-56 y 45-50 respectivamente.

Los porcentajes de edad pueden diferir el uno del otro, por la pre disposición para hacer una encuesta. Sin embargo, es común ver personas de 45 a 56 años en el santuario del niño de Isinche, lugar donde se levantó un grupo de encuesta, mientras que en la laguna del Quilotoa no es muy frecuente ese rango de edad.

Tabla 23.
Tipo de turista

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Local	133	35%
	Nacional	143	37%
	Regional	85	22%
	Extranjero	20	5%
	Total	381	100%

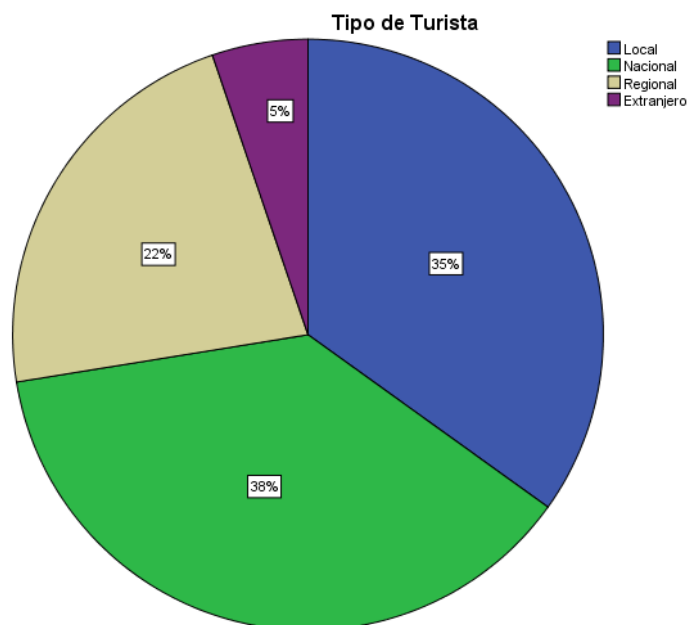


Figura 8. Tipo de turista

Del 100% de turistas encuestados, el 38% fueron nacionales, el segundo valor más alto, con el 35% fueron locales, mientras que el 22% fue regional y el 5% extranjero.

Del total de personas encuestadas la mayor parte fueron turistas nacionales, puede deberse porque la fecha que se realizó la encuesta fue temporada vacacional en la región costa. El segundo porcentaje alto corresponde a turistas locales, es decir personas que residen en el cantón debido a la masiva concurrencia de feligreses hacia el santuario del niño de Isinche.

1) ¿Qué le ha motivado conocer Pujilí?

Tabla 24.
Pregunta 1 encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Corpus Christi	90	24%
	Feria de Finados	7	2%
	Fiesta del niño de Isinche	132	35%
	Laguna del Quilotoa	132	35%
	Otros	20	5%
	Total	381	100%

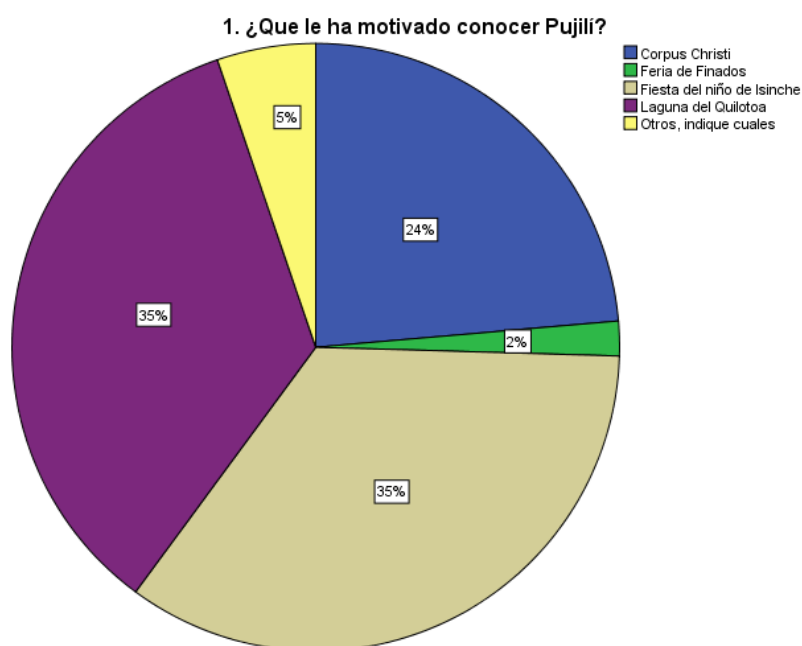


Figura 9. Pregunta 1 encuesta turistas

Del 100% de encuestados, el 35% indicó que la motivación para conocer Pujilí fue el Quilotoa y las fiestas del niño de Isinche, ambos con el mismo porcentaje, mientras que el 24% mencionó Corpus Christi, el 2% fue por la feria de finados, mientras que el 5% respondió que son otros factores motivadores relacionados con visitas a familiares.

Los dos factores importantes que motivan conocer Pujilí es la laguna del Quilotoa y las fiestas del niño de Isinche, teniendo el mismo porcentaje, en los mismos se puede presenciar masiva concurrencia de personas ya sea impulsados por la fe religiosa o por los paisajes de la laguna.

2) ¿Con qué frecuencia visita Pujilí?

Tabla 25.
Pregunta 2 encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Trimestral	77	21%
	Semestral	89	23%
	Anual	136	36%
	Primera vez	79	20%
	Total	381	100%

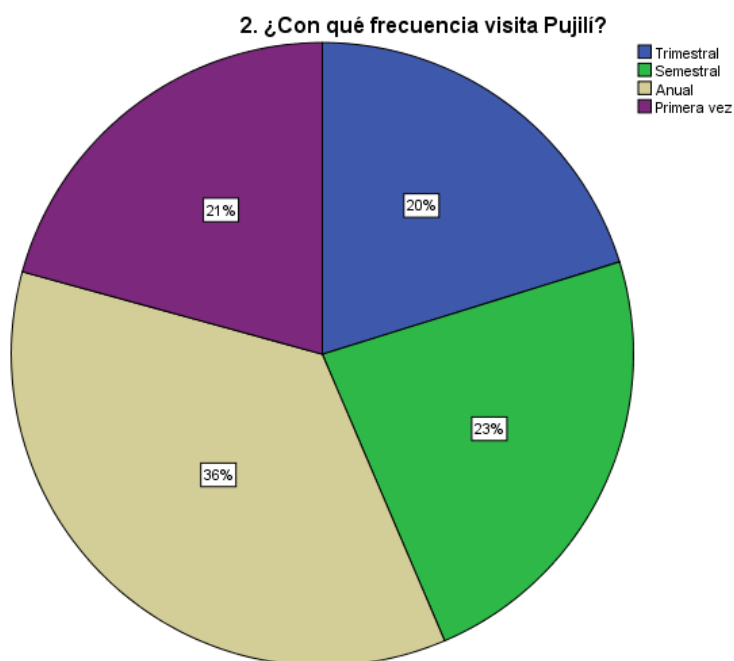


Figura 10. Pregunta 2 encuesta turistas

Del 100% de personas encuestadas, el 36% indicó que la frecuencia de visita a Pujilí es anual, el 23% señaló semestral, mientras que el 21% respondió que es la primera vez en visitar la ciudad y finalmente el 20% visitan de forma trimestral.

La mayor parte de encuestados visitan Pujilí una vez al año, esto puede deberse al lugar de residencia, del mismo modo hay quienes lo hacen dos veces al año. En tercer lugar y con un porcentaje significativo hay quienes lo hacen por primera vez, generalmente son de provincias del país que son lejanas al cantón o turistas de otros países.

3) ¿Cuál de las siguientes actividades realiza usted en Pujilí?

Tabla 26.
Pregunta 3 encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Visita áreas naturales	176	46%
	Realiza deportes de aventura	42	11%
	Visita centros artesanales	31	8%
	Visita lugares religiosos	132	35%
	Total	381	100%

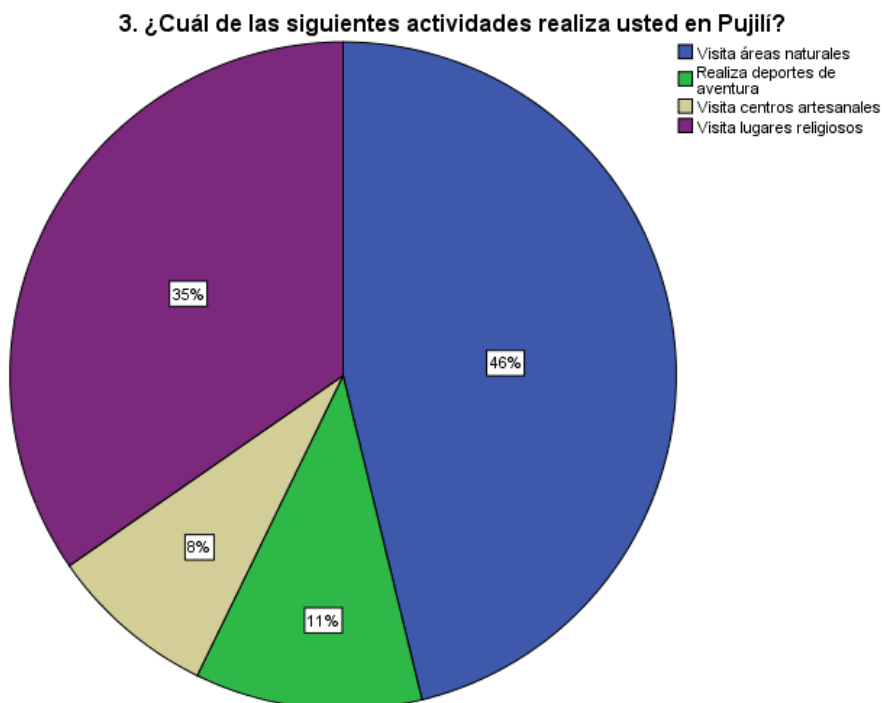


Figura 11. Pregunta 3 encuesta turistas

Del 100% de personas encuestadas, el 46% indicó que la actividad que realiza en Pujilí es visitar áreas naturales, el 35% visita lugares religiosos, el 11% practica deportes de aventura y el 8% visita centros artesanales.

La mayor parte de encuestados indicaron que visitan áreas naturales, debido a que van al Quilotoa y en segunda posición visitar centros religiosos, en este caso el santuario del niño de Isinche. Cabe recalcar que los dos lugares tienen masiva concurrencia y donde se ejecutó las encuestas.

4) ¿Qué atractivo turístico de Pujilí es de mayor interés para usted?

Tabla 27.

Pregunta 4 encuesta turistas

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Laguna del Quilotoa	187	49%
Artesanías	5	1%
Fiestas (Corpus Christi)	75	20%
Santuario del niño de Isinche	111	29%
Feria indígena de Zumbahua	3	1%
Total	381	100%

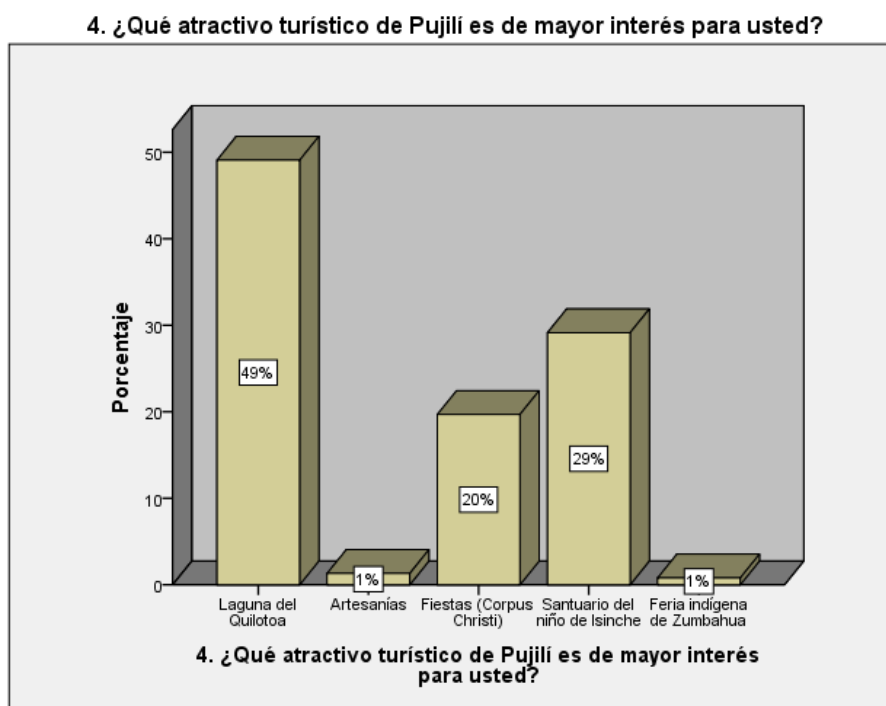


Figura 12. Pregunta 4 encuesta turistas

Del 100% de encuestados el 49% indicó que el atractivo turístico de Pujilí de mayor interés es la Laguna del Quilotoa, el 29% mencionó el santuario del niño de Isinche, y el 20% seleccionaron la fiesta de Corpus Christi. Mientras que el 1% y 1% respondieron que las artesanías y feria indígena de Zumbahua respectivamente.

La mayor parte de encuestados indicó que la laguna del Quilotoa es el atractivo turístico de mayor interés, esto puede deberse a que este lugar tiene mayor promoción a nivel nacional e internacional.

5) ¿Conoce usted las artesanías que se venden en el cantón Pujilí?

Tabla 28.

Pregunta 5 encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	255	67%
	No	126	33%
	Total	381	100%

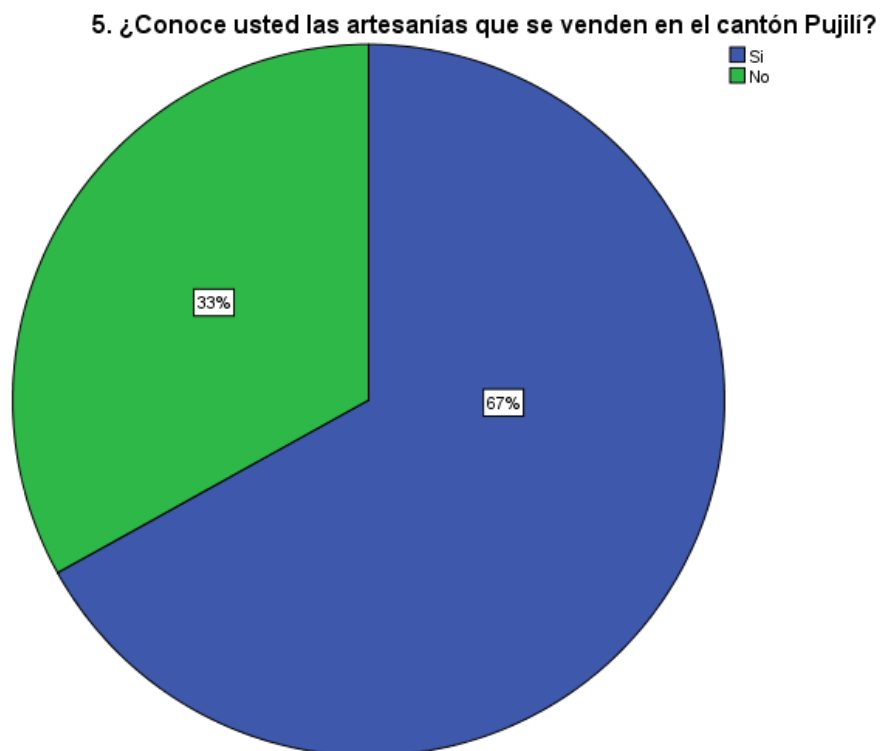


Figura 13. Pregunta 5 encuesta turistas

Del 100% de personas encuestadas, el 67% indicó que, si conoce las artesanías que se venden en el cantón Pujilí, a la vez el 33% respondió que desconocen.

Del total de personas encuestadas respondieron que, si conocen las artesanías del cantón Pujilí, pero el resultado no garantiza si las conozcan en su totalidad o solo algunas de cierto lugar.

6) ¿En qué lugar ha comprado las artesanías de Pujilí?

Tabla 29.

Pregunta 6 encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Zumbahua	15	4%
	La Victoria	126	33%
	La Matriz (Pujilí centro)	22	6%
	Otro lugar	17	4%
	No ha comprado	75	53%
Total		255	100%

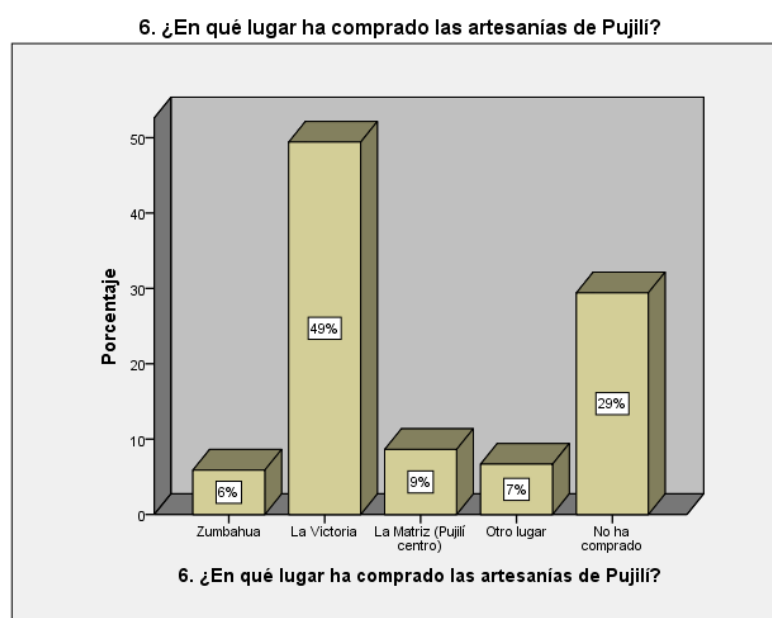


Figura 14. Pregunta 6 encuesta turistas

Del 100% de encuestados el 29% respondió que no ha comprado ninguna artesanía, el 49% indicó que ha comprado artesanías en la parroquia La Victoria, mientras que con un menor porcentaje el 9% mencionó que ha comprado en La Matriz, el 7% indicó que ha comprado en otro lugar y el 6% ha comprado en Zumbahua.

La mayor parte de encuestados no han comprado ningún tipo de artesanías, mientras que con un porcentaje significativo los que sí han comprado lo han hecho en la parroquia La Victoria, la razón puede deberse a que se encuentra en el ingreso norte del cantón o por la feria de finados en donde hay una masiva participación de turistas.

7) ¿Qué tipo de artesanías del cantón Pujilí ha comprado?

Tabla 30.

Pregunta 7 encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alfarería (macetas, ollas, ponedos, tiestos)	76	30%
	Pintura	12	5%
	Cerámica (cuadros, juguetes)	75	29%
	Madera (máscaras)	6	2%
	Tejidos	11	4%
	No ha comprado	75	29%
	Total	255	100%

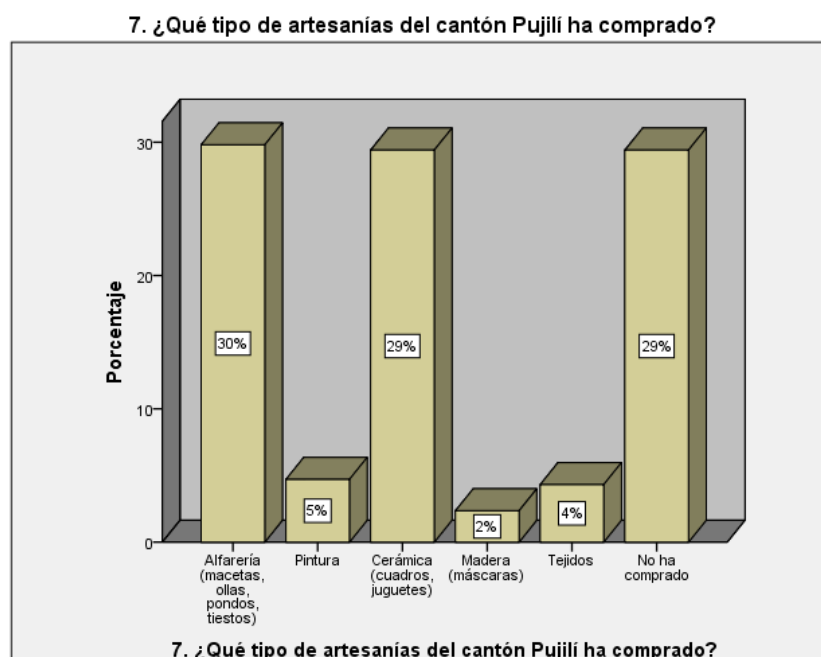


Figura 15. Pregunta 7 encuesta turistas

Del total de 100% de encuestados que conocen las artesanías, el 29% no han comprado, mientras que el 71% si han comprado, de los cuales el 30% ha sido de tipo alfarería, el 29% cerámica, el 5% pintura, el 4% tejidos y el 2% máscaras de madera.

Las artesanías más compradas por los turistas son de tipo alfarería y cerámica, un evento que puede influir en esto es la feria de finados en la entrada de la parroquia La Victoria, además, las personas encuestadas en la pregunta anterior respondieron que han comprado artesanías en la parroquia ya mencionada.

8a) Considera la artesanía de tipo alfarería de Pujilí es:

Tabla 31.

Pregunta 8ª encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	39	15%
	Muy bueno	131	51%
	Excelente	71	28%
	No conoce	14	5%
	Total	255	100%

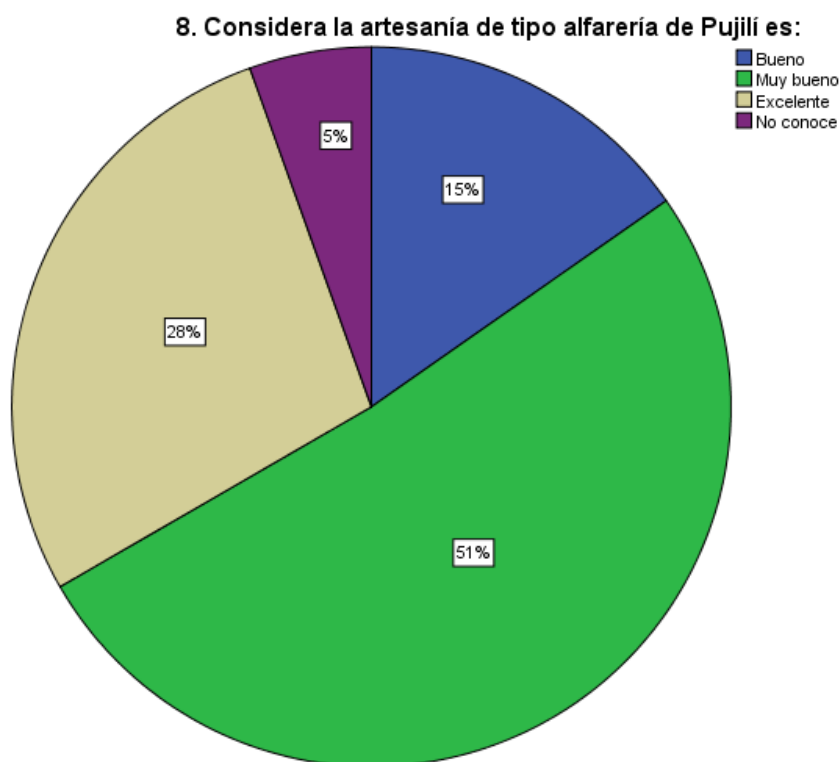


Figura 16. Pregunta 8ª encuesta turistas

Del 100% de personas encuestadas, el 51% calificó las artesanías de tipo alfarería como muy bueno, el 28% excelente y el 15% bueno; mientras que el 5% no calificó porque desconocían.

La mayor parte de encuestados indicó que las artesanías de tipo alfarería son muy buenas, estos datos reflejan que la población prefiere comprar productos procedentes de la actividad alfarera.

8b) Considera la artesanía de tipo pintura de Pujilí es:

Tabla 32.
Pregunta 8b encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	1	0%
	Bueno	38	15%
	Muy Bueno	143	56%
	Excelente	64	25%
	No conoce	9	4%
	Total	255	100%

8. Considera la artesanía de tipo pintura de Pujilí es:

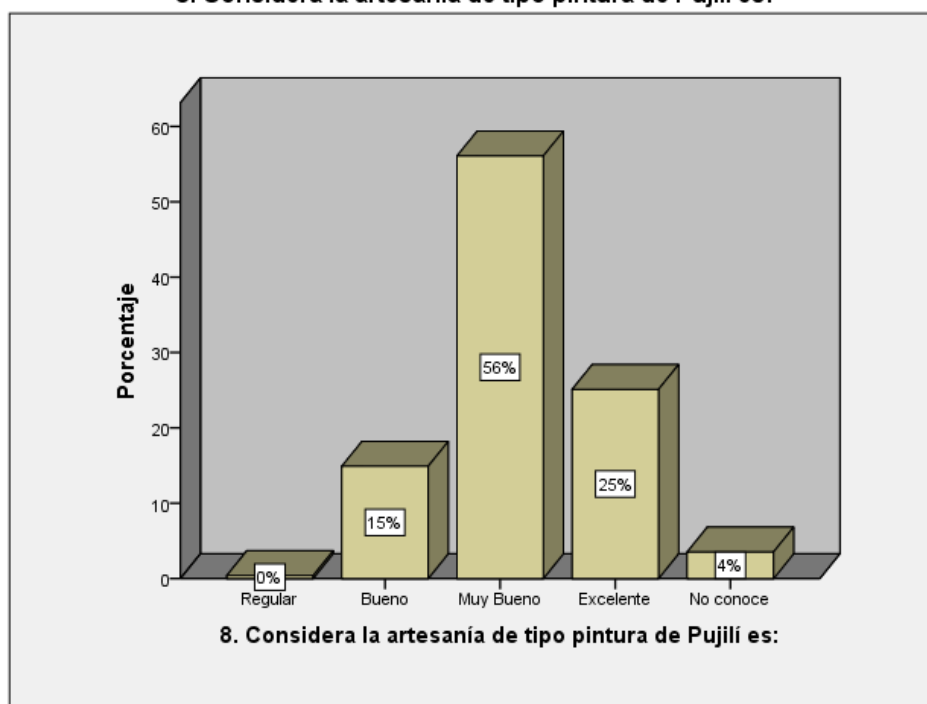


Figura 17. Pregunta 8b encuesta turistas.

Del 100% de personas encuestadas, el 56% calificó a las artesanías de tipo pintura como muy buenas, el 25% excelente, el 15% bueno y el 10% bueno. Por lo tanto, el 4% no calificó porque no conocían.

El mayor porcentaje de encuestados calificó como muy bueno a las artesanías de tipo pintura, para esto pudieron considerar criterios como durabilidad de la pintura y lo llamativo que puede ser. Es importante recalcar que existe un porcentaje bajo de personas que desconocen acerca de las pinturas.

8c) Considera la artesanía de tipo cerámica de Pujilí es:

Tabla 33.
Pregunta 8c encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bueno	41	16%
	Muy bueno	139	55%
	Excelente	62	24%
	No conoce	13	5%
	Total	255	100,0

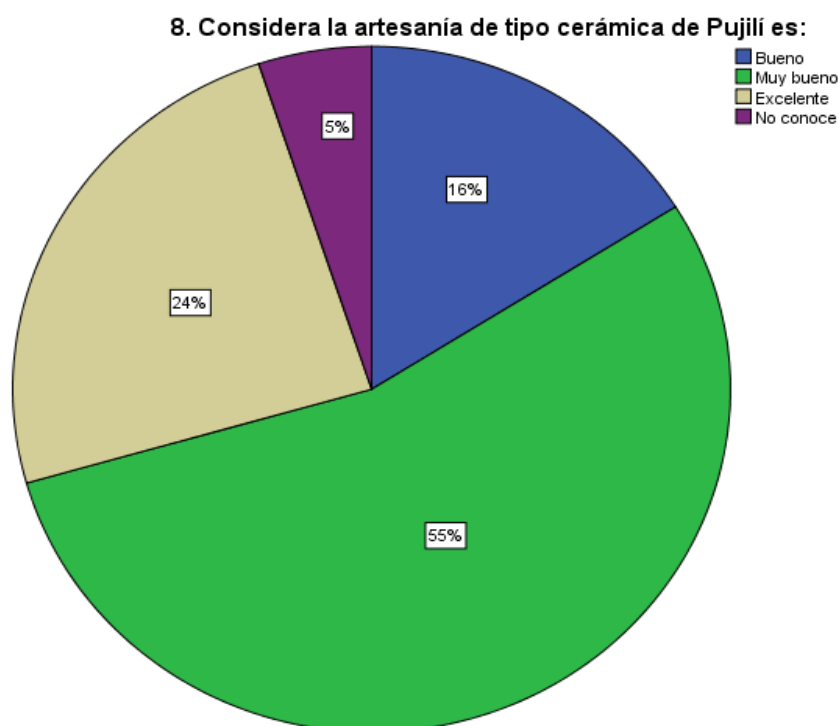


Figura 18. Pregunta 8c encuesta turistas.

Del 100% de personas encuestadas, el 55% calificó a las artesanías de tipo cerámica de muy bueno, el 24% excelente y el 16% bueno. Mientras que el 5% desconoce.

La calificación de las artesanías en cerámica es muy buena, eso mencionaron personas quienes han comprado o quienes solo las han apreciado. De las 255 personas que respondieron conocer las artesanías pujilenses, el porcentaje de personas que desconocen es bajo, es decir este tipo de productos son más populares dentro de la población.

8d) Considera la artesanía de tipo madera de Pujilí es:

Tabla 34.
Pregunta 8d encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	1	0%
	Bueno	37	15%
	Muy bueno	84	33%
	Excelente	39	15%
	No conoce	94	37%
	Total	255	100%

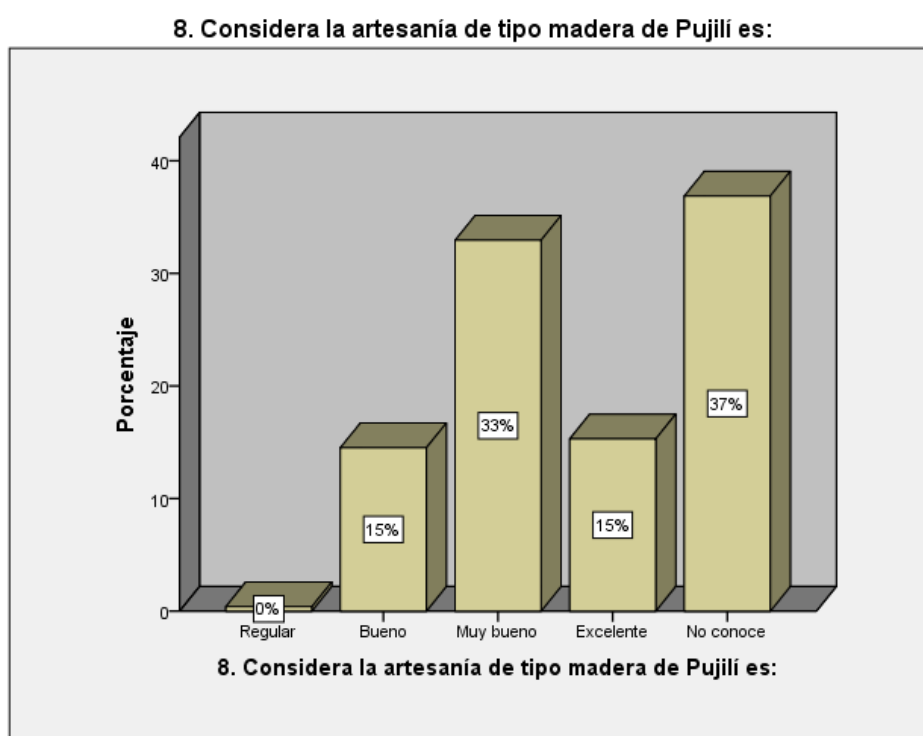


Figura 19. Pregunta 8d encuesta turistas.

Del 100% de encuestados, el 33% calificó a las artesanías de tipo madera como muy bueno, el 15% excelente y el 15% indicó como bueno. En tal razón el 37% no calificó porque desconocen.

A pesar de no ser una de las artesanías que la mayor parte de turistas haya comprado, calificaron como muy buena, según el segundo porcentaje más elevado. A pesar de eso la mayoría indicó que desconocen acerca de este tipo de artesanías debido a que la información no es asertiva.

8e) Considera la artesanía de tipo tejidos de Pujilí es:

Tabla 35.
Pregunta 8e encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Regular	2	1%
	Bueno	34	13%
	Muy Bueno	80	31%
	Excelente	39	15%
	No conoce	100	39%
	Total	255	100%

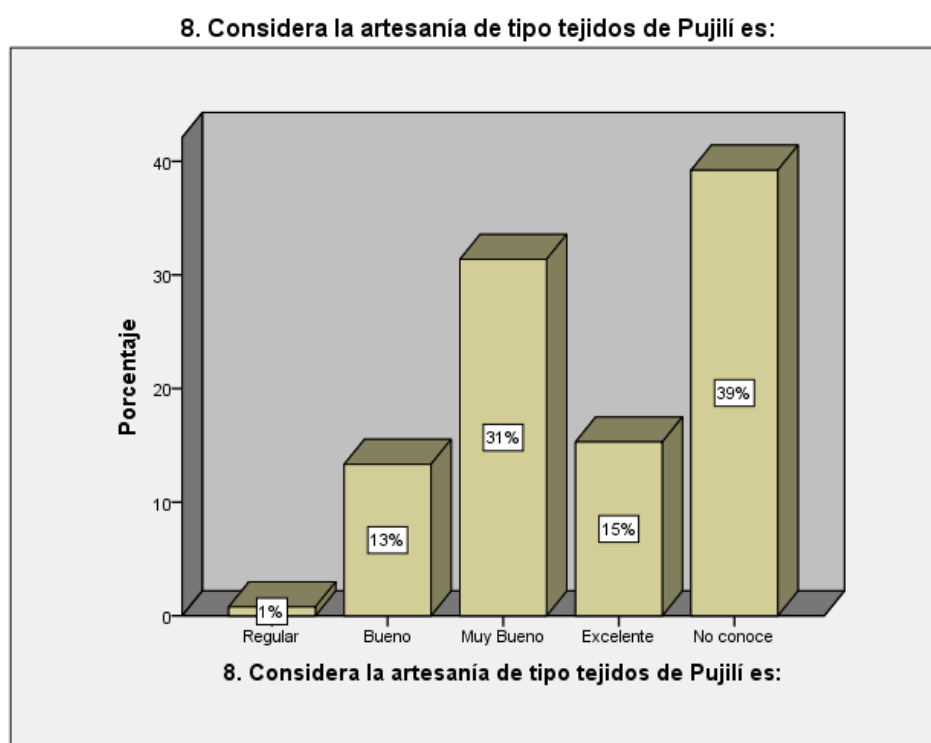


Figura 20. Pregunta 8e encuesta turistas

Del 100% de personas encuestadas, el 31% calificó a las artesanías de tipo tejido como muy bueno, el 15% excelente, el 13% bueno y el 1% regular. Mientras que el 39% no calificó porque no conocen.

El mayor porcentaje de encuestados no calificaron a este tipo de artesanías porque desconocían de ellas. El segundo porcentaje más alto indicó que les parecen muy buenas, debido a que las personas no tienen muy claro las características de tejidos que son ofertados y lugares donde lo hacen.

9) Considera la información acerca de las artesanías se Pujilí es:

Tabla 36.
Pregunta 9 encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Suficiente	81	21%
	La información no es completa	213	56%
	No existe información	87	23%
	Total	381	100%

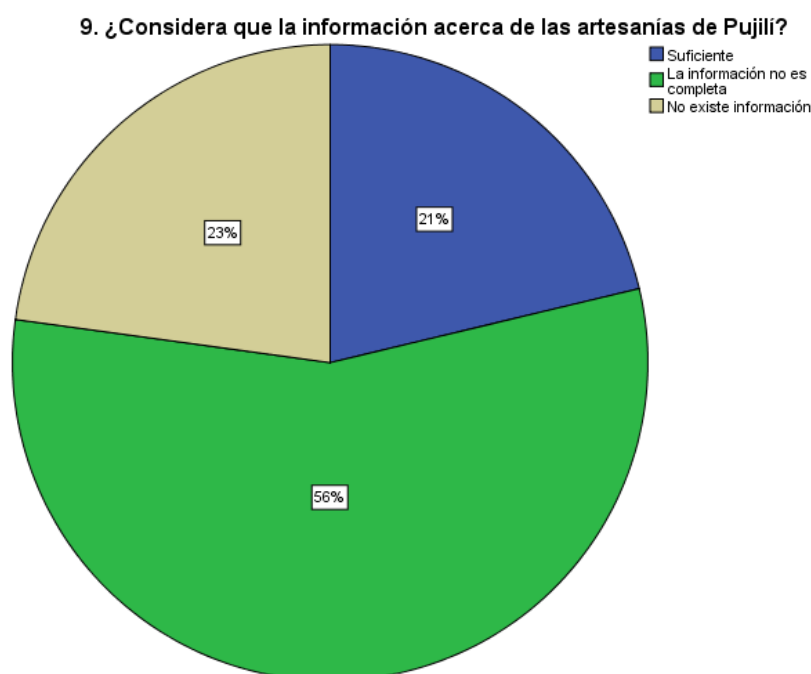


Figura 21. Pregunta 9 encuesta turistas.

Del 100% de personas encuestadas el 56% considera que la información de las artesanías de Pujilí es incompleta, el 23% indicó que no existe información, mientras que el 21% respondió que la información es completa.

El mayor porcentaje de encuestados indicó que la información acerca de las artesanías pujilenses no es completa, es decir hay de algunos lugares y ciertas artesanías. El segundo porcentaje indica que no hay información, esta respuesta se debe a que al llegar a algún atractivo del cantón se carece de informativos de las artesanías; y los que indicaron que la información es completa son los turistas locales quienes si conocen y han adquirido estos productos.

10) ¿Qué aspectos considera importante en la celebración de las festividades en Pujilí?

Tabla 37.
Pregunta 10 encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bandas y orquestas	123	32%
	Toros de pueblo	46	12%
	Artesanías	39	10%
	Comparsas	155	41%
	Licor	18	5%
	Total	381	100%

10. ¿Qué aspectos considera importante en la celebración de las festividades en Pujilí?

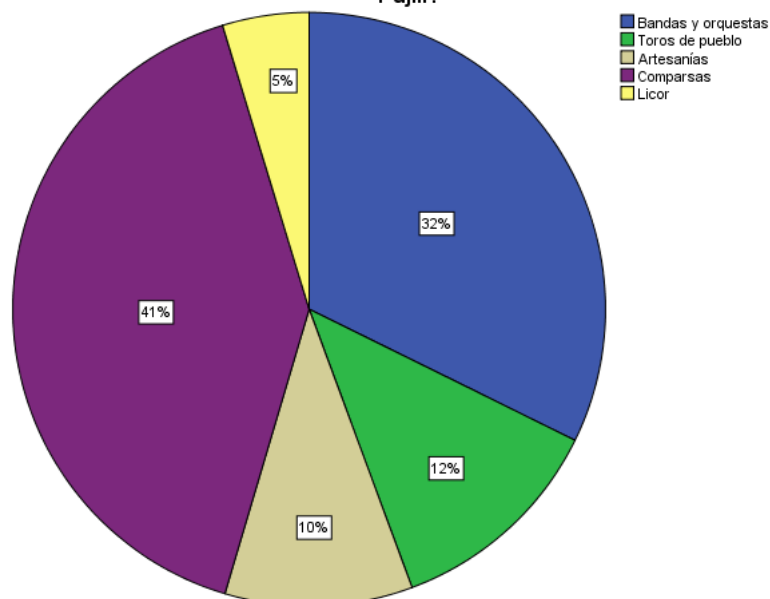


Figura 22. Pregunta 10 encuesta turistas.

Del 100% de personas encuestadas, el 41% considera a las comparsas como el aspecto más importante dentro de las festividades del cantón, el 32% indicó las bandas y orquestas, mientras que el 10% seleccionó artesanías y el 5% licor.

Los aspectos que más llama la atención a un turista dentro de las festividades del cantón son las comparsas, las bandas y orquestas, mientras que un pequeño porcentaje indicó las artesanías, mismas que pueden ser una opción complementaria de actividades durante las fiestas que organiza el GAD de Pujilí.

11) ¿Dónde le gustaría comprar las artesanías pujilenses?

Tabla 38. Pregunta 11 encuesta turistas
Pregunta 11 encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Ferias artesanales	195	51%
	Mercados artesanales	95	25%
	Galerías	13	3%
	Ruta artesanal	78	20%
	Total	381	100%

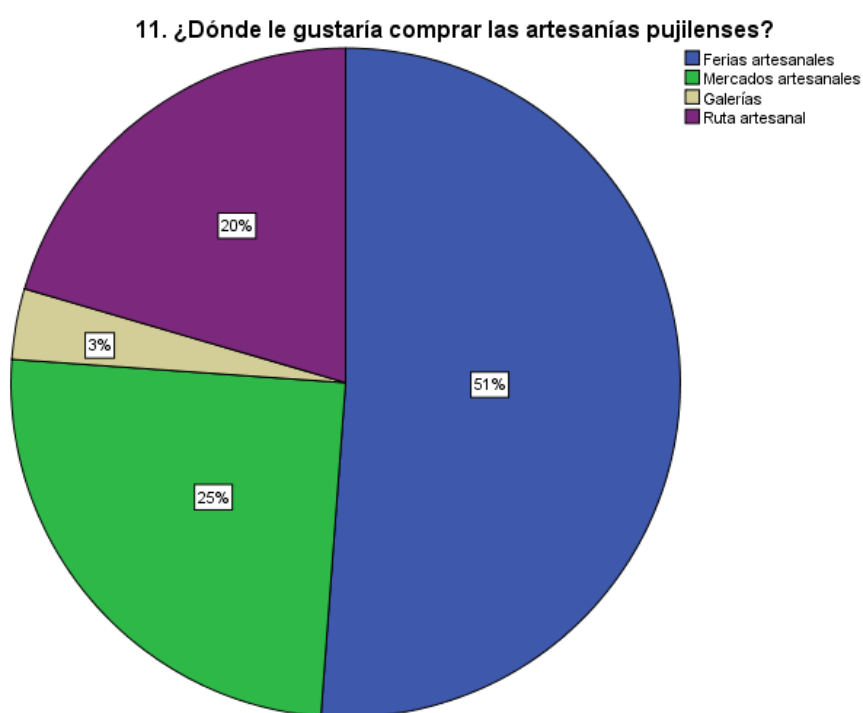


Figura 23. Pregunta 11 encuesta turistas.

Del 100% de encuestas realizadas, el 51% le gustaría comprar las artesanías pujilenses en ferias artesanales, el 25% en mercados artesanales, el 20% en rutas artesanales y el 3% en galerías.

La mayor parte de personas encuestadas indicó que les gustaría adquirir artesanías en una feria artesanal, la razón de esta elección se debe a que en este tipo de eventos existe una masiva exposición de productos artesanales con un sinnúmero de variedades a precios más accesibles.

12) ¿Qué le gustaría hacer al momento de comprar una artesanía?

Tabla 39.
Pregunta 12 encuesta turistas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Participar dentro del proceso productivo (turismo vivencial)	130	34%
	Que le cuenten los antecedentes históricos de las artesanías	92	24%
	Encontrar en un solo lugar todas las artesanías de Pujilí	159	42%
	Total	381	100%

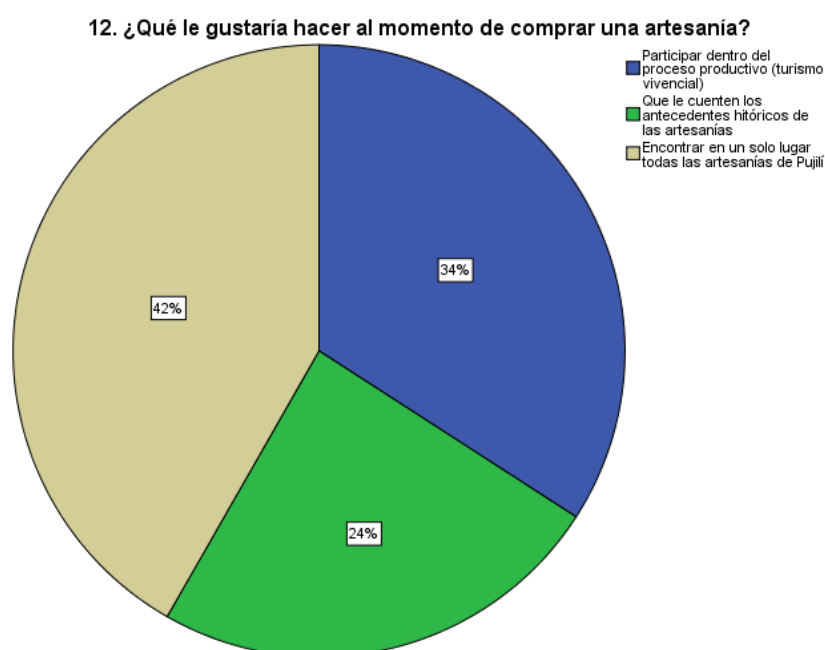


Figura 24. Pregunta 12 encuesta turistas

Del 100% de encuestas ejecutadas, el 42% indicó que al momento de comprar una artesanía le gustaría encontrar en un solo lugar todas las artesanías del cantón, el 34% respondió participar dentro del proceso productivo y el 24% que le cuenten todos los antecedentes históricos de las artesanías.

El mayor interés de un turista al momento de comprar una artesanía, es encontrar en un solo lugar todas las artesanías del cantón, a esto se integra la participación dentro del proceso productivo y la narración de los antecedentes históricos de las artesanías.

Tabla 40.
Análisis cruzado encuesta turistas

9. ¿Considera que la información acerca de las artesanías de Pujilí? * 5. ¿Conoce usted las artesanías que se venden en el cantón Pujilí? tabulación cruzada					
			5. ¿Conoce usted las artesanías que se venden en el cantón Pujilí?		Total
			Si	No	
9. ¿Considera que la información acerca de las artesanías de Pujilí?	Suficiente	Recuento	79	2	81
		% del total	20,7%	0,5%	21,3%
	La información no es completa	Recuento	149	64	213
		% del total	39,1%	16,8%	55,9%
	No existe información	Recuento	27	60	87
		% del total	7,1%	15,7%	22,8%
Total		Recuento	255	126	381
		% del total	66,9%	33,1%	100,0%

El 39,1% de turistas encuestados que conocen las artesanías que se vende en el cantón Pujilí, considera que la información acerca de las artesanías no es completa, mientras que el 16,8% que no conocen, indicó lo mismo. El 15,7% que no conoce, respondió que no existe información.

De acuerdo a los resultados la información acerca de las artesanías, no esté llegando a todos los turistas, ya que en mayor porcentaje los turistas indican que la información no es completa o que no existe.

Tabla 41.
Análisis tabla cruzada

11. ¿Dónde le gustaría comprar las artesanías pujilenses? * 12. ¿Qué le gustaría hacer al momento de comprar una artesanía? tabulación cruzada						
		12. ¿Qué le gustaría hacer al momento de comprar una artesanía?			Total	
		Participar dentro del proceso productivo (turismo vivencial)	Que le cuenten los antecedentes históricos de las artesanías	Encontrar en un solo lugar todas las artesanías de Pujilí		
11. ¿Dónde le gustaría comprar las artesanías pujilenses?	Ferias artesanales	Recuento	57	52	86	195
		% del total	15,0%	13,6%	22,6%	51,2%
	Mercados artesanales	Recuento	19	25	51	95
		% del total	5,0%	6,6%	13,4%	24,9%
	Galerías	Recuento	4	4	5	13
		% del total	1,0%	1,0%	1,3%	3,4%
	Ruta artesanal	Recuento	50	11	17	78
		% del total	13,1%	2,9%	4,5%	20,5%
Total		Recuento	130	92	159	381
		% del total	34,1%	24,1%	41,7%	100,0%

El 22,6% de turistas encuestados indicaron, que les gustaría comprar las artesanías en ferias artesanales y poderlas encontrar todas en un solo lugar.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede decir que los turistas desean encontrar artesanías en un solo lugar, esto puede deberse a que no disponen de suficiente tiempo como para hacer diferentes paradas o por la distancia que puede representar entre un centro artesanal de otro. Además, las ferias artesanales llaman más su atención porque es un evento organizado en donde se encuentra mucha oferta de productos en donde los precios son más flexibles y negociables.

3.7.2 Análisis e interpretación de resultados, realizada a artesanos

1) ¿Qué tipo de artesanías ofrece?

Tabla 42.

Pregunta 1 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alfarería, ollas y utensilios	21	66%
	Juguetería, separadores	2	6%
	Tejidos, cuadros, máscaras	6	19%
	Juguetería y cerámica	3	9%
	Total	32	100%

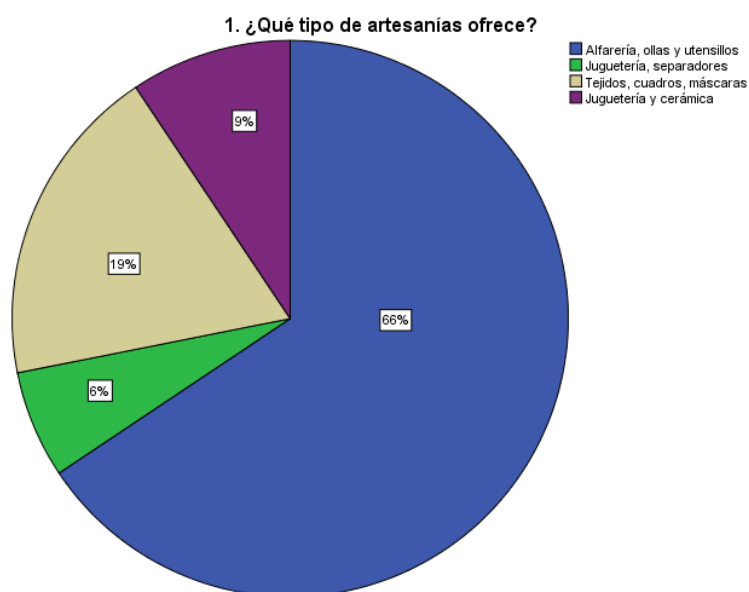


Figura 25. Pregunta 1 encuesta artesanos

Del 100% de artesanos encuestados el 66% fue de la parroquia La Victoria quienes ofrecen alfarería, y utensilios de cocina, el 19% fueron de Zumbahua quienes ofrecen tejidos, pinturas y máscaras de madera mientras que el 9% y 6% fueron de La Matriz, quienes ofrecen juguetería, cerámica y separadores.

La mayor concentración de artesanos se encuentra en la parroquia La Victoria, lugar donde elaboran y venden objetos de alfarería y cerámica. Además de contar con la feria de barros más grande del cantón.

2) Sus principales clientes son:

Tabla 43.

Pregunta 2 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Locales	7	22%
	Nacionales	21	66%
	Internacionales	4	13%
	Total	32	100,0

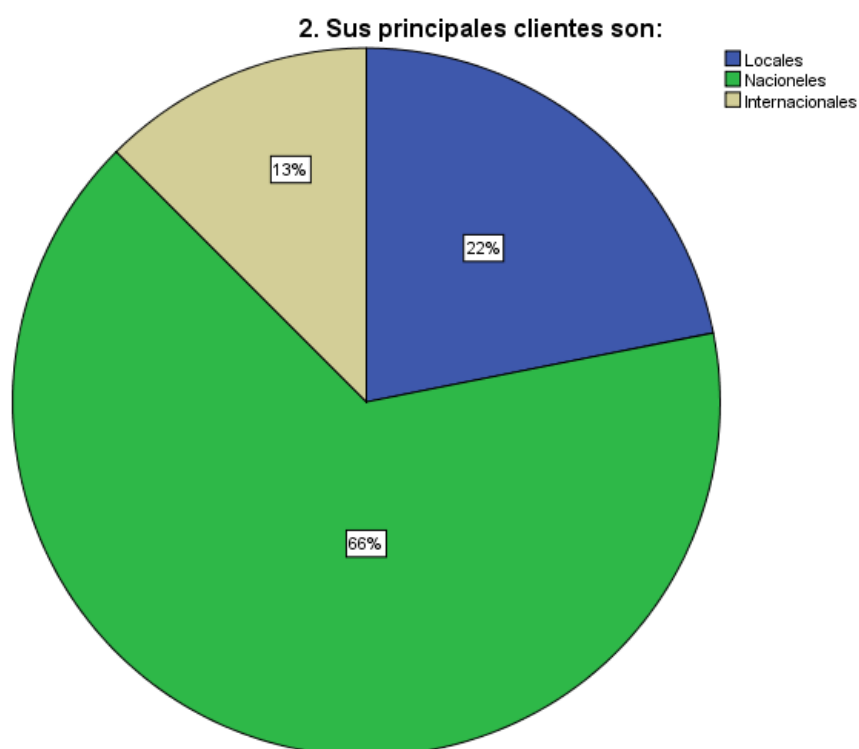


Figura 26. Pregunta 2 encuesta artesanos

Del 100% de artesanos encuestados el 65,6% indicó que los principales clientes son turistas nacionales, el 22% locales y el 13% internacionales.

El mayor porcentaje del total de encuestas realizadas indica que los principales clientes son turistas nacionales, la razón puede ser por el lugar donde se sitúan ciertos centros artesanales. Hoy en día La Victoria se encuentra más cerca de la panamericana, eso puede influir en el incremento de más compradores.

3) Usted es:

Tabla 44.
Pregunta 3 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Productor	2	6,3
	Productor-vendedor	30	93,8
	Total	32	100,0

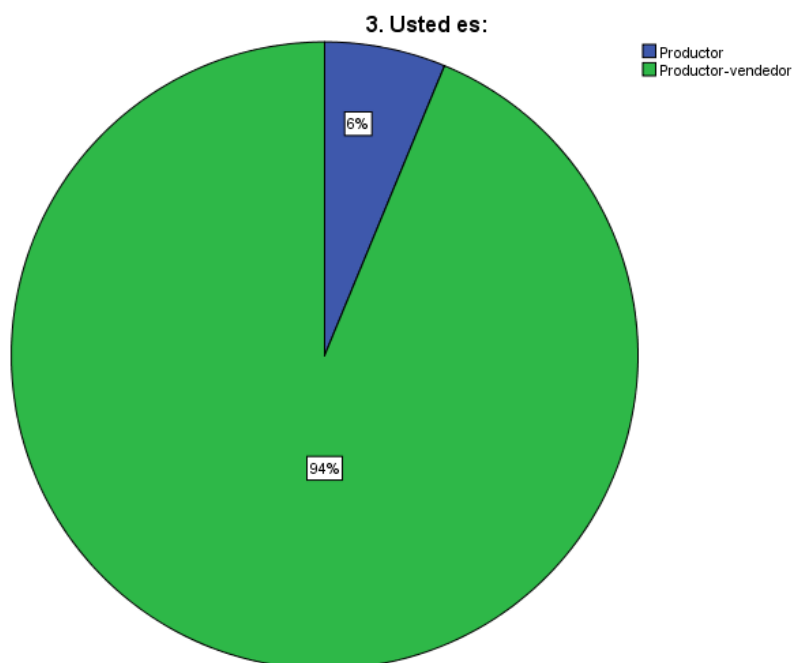


Figura 27. Pregunta 3 encuesta artesanos

Del 100% de artesanos encuestados, el 94% indicó que es productor y vendedor y el 6% que es únicamente productor.

La mayor parte de artesanos cuentan con sus propios talleres en donde ellos realizan todo el proceso de fabricación de artesanías, sin embargo, un pequeño porcentaje es únicamente productor pudiendo deberse a que entregan sus productos a tiendas comercializadoras.

4) ¿Dónde vende sus artesanías?

Tabla 45.
Pregunta 4 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Local Propio	30	93,8
	Venta a intermediarios	1	3,1
	Feria y exposiciones	1	3,1
	Total	32	100,0

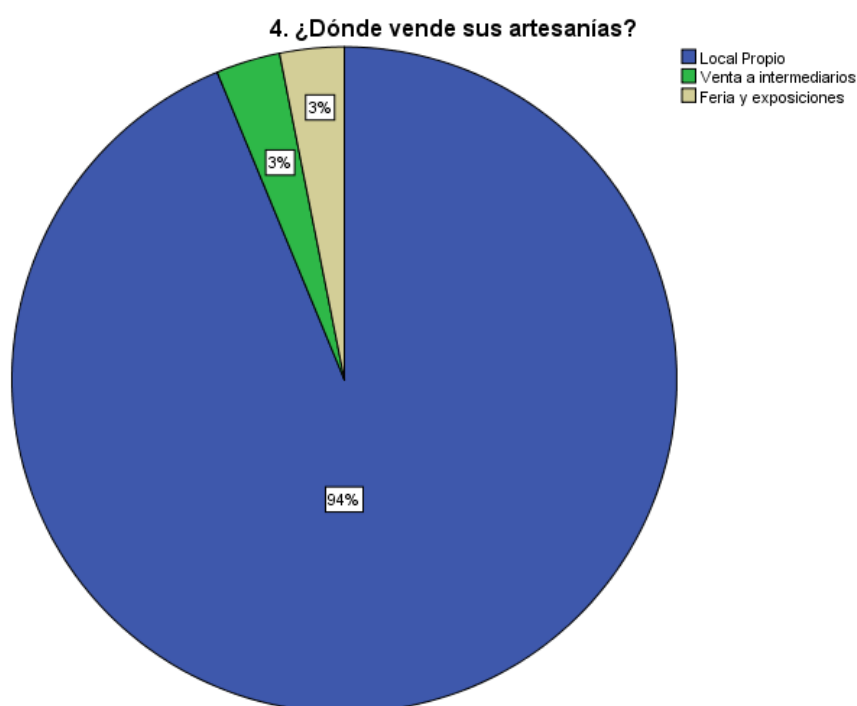


Figura 28. Pregunta 4 encuesta artesanos

Del 100% de encuestas realizadas el 94% indicó que vende las artesanías en locales propios, el 3% dijo que lo vende a intermediarios y el otro 3% vende en ferias y exposiciones.

El mayor porcentaje de artesanos cuenta con locales propios para exhibir y vender sus productos, esto puede deberse a que están situados en una zona de muy concurrida, es decir en una calle principal o cerca de un atractivo turístico relevante. Sin embargo, el hecho de tener un local propio no garantiza la venta continua de las artesanías.

5) La artesanía que más se vende es:

Tabla 46.

Pregunta 5 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Cuadros	2	6%
	Tejidos	4	13%
	Juguetería	4	13%
	Separador en pluma	1	3%
	Ollas y utensilios	14	44%
	Alcancías	7	22%
	Total	32	100,0

5. La artesanía que más se venden son:

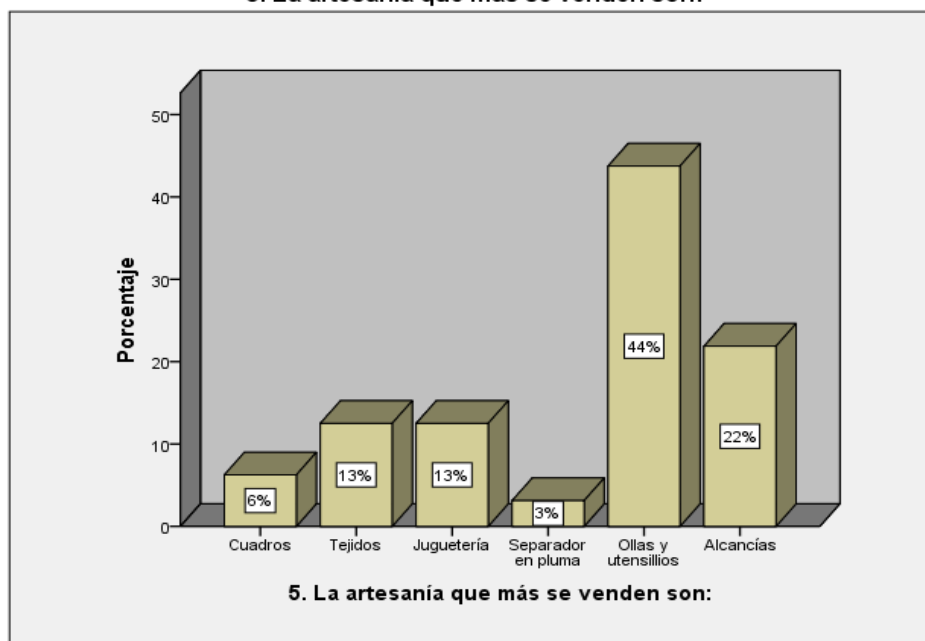


Figura 29. Pregunta 5 encuesta artesanos

Del 100% de artesanos encuestados respondieron que las artesanías que más se vende son las ollas y utensilio con el 44%, las alcancías en segundo lugar con el 22% y como el 13% la juguetería y los tejidos respectivamente.

Del total de artesanos encuestados la mayor parte respondió que los productos más vendidos son las ollas y elementos de cocina, esto por tener características utilitarias, razón por la cual los turistas nacionales gustan comprar este tipo de artesanías.

6) ¿En cuál de los siguientes motivos existe mayor venta de artesanías?

Tabla 47.
Pregunta 6 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Feria de finados	26	81%
	Laguna del Quilotoa	5	16%
	Otros	1	3%
	Total	32	100,0



Figura 30. Pregunta 6 encuesta artesanos

Del 100% de encuestas realizadas, el 81% respondió que la feria de finados es el principal motivo en donde se logra vender más artesanías, el 16% indicó que la razón principal es la laguna del Quilotoa y el 3% seleccionó otros motivos.

La mayor parte de encuestados indicó que se ven mayormente beneficiados por la feria de finados, pero este evento únicamente favorece en mayor porcentaje a artesanos de las parroquias de La Victoria y La Matriz.

7) ¿En qué mes se vende más artesanías?

Tabla 48.

Pregunta 7 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Junio	4	13%
	Julio	2	6%
	Noviembre	26	81%
	Total	32	100,0



Figura 31. Pregunta 7 encuesta artesanos.

Del 100% de artesanos encuestados el 81% indicó que el mes de noviembre es cuando más se venden artesanías, el 13% indicó que en junio y el 6% en julio.

El mes de noviembre es de mayor venta por la feria de finados que se realiza, es decir este mes favorece a los artesanos de la parroquia La Victoria y en menor volumen a La Matriz. Mientras que junio y julio son meses que favorecen a la zona de Zumbahua.

8) Considera usted que el mercado artesanal que proyecta hacer el GAD Pujilí, incrementará las ventas en un porcentaje:

Tabla 49.
Pregunta 8 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alto	3	9%
	Medio	9	28%
	Bajo	20	63%
	Total	32	100%

8. Considera usted que el mercado artesanal que proyecta hacer el GAD Pujilí, incrementará las ventas en un porcentaje:

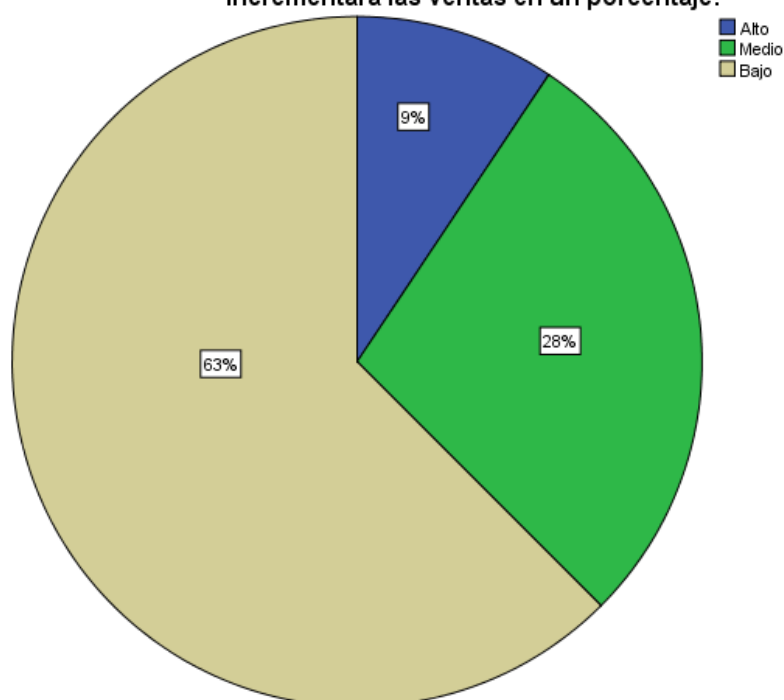


Figura 32. Pregunta 8 encuesta artesanos.

Del 100% de encuestados el 63% respondió que el mercado artesanal que proyecta hacer el GAD de Pujilí incrementará las ventas en un porcentaje bajo, el 28% indicó que en un porcentaje medio y el 9% en un porcentaje alto.

Del total de personas encuestadas la mayoría coincide en que un mercado artesanal no incrementará las ventas en un porcentaje alto, esto puede deberse a que no todos los artesanos estén interesados dejar sus talleres o por la movilización que representa.

9) Considera que en las ferias artesanales deben:

Tabla 50.
Pregunta 9 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Participar todos los artesanos del cantón	11	34%
	Institucionalizar (crear) una feria para cada sector artesanal	21	65%
	Total	32	100%

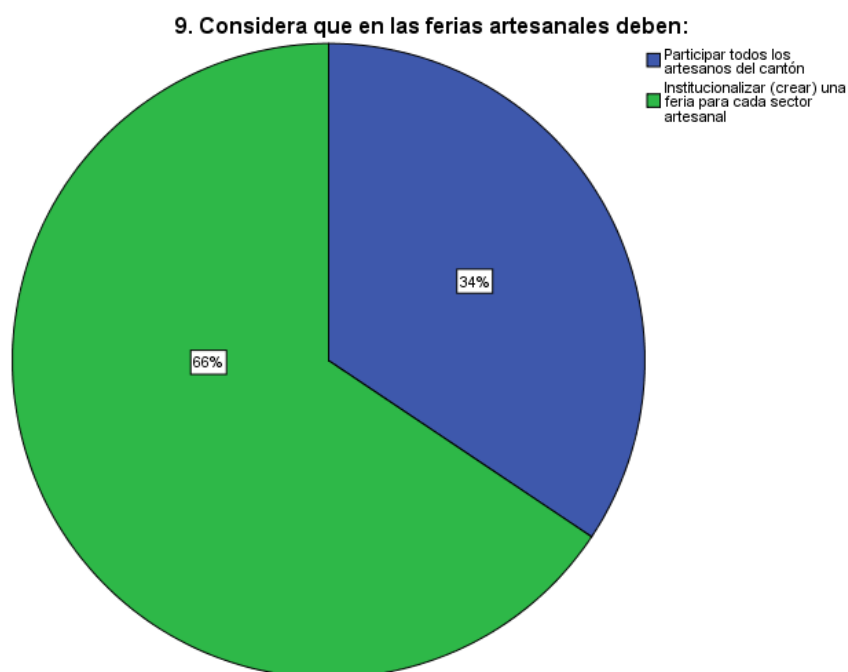


Figura 33. Pregunta 9 encuesta artesanos.

Del 100% de artesanos encuestados, el 66% considera que se debe crear una feria artesanal para cada sector donde se oferta artesanías, mientras que el 34% piensa que todos los artesanos deben participar dentro de una feria.

La mayor parte de encuestados indica que se debe crear una feria para cada zona donde se produce artesanías, estas respuestas corresponden a artesanos de La Victoria, lugar donde existe la feria de finados, es posible que no estén de acuerdo que artesanos de otros lugares expongan sus productos. Mientras que los artesanos que respondieron si estar de acuerdo son aquellos quienes no tienen una feria propia.

10) ¿Cómo calificaría el apoyo de las autoridades en beneficio de la actividad artesanal?

Tabla 51.
Pregunta 10 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Satisfactorio	8	25%
	Poco satisfactorio	21	66%
	Nada satisfactorio	3	9%
	Total	32	100%

10. ¿Cómo calificaría el apoyo de las autoridades en beneficio de la actividad artesanal?

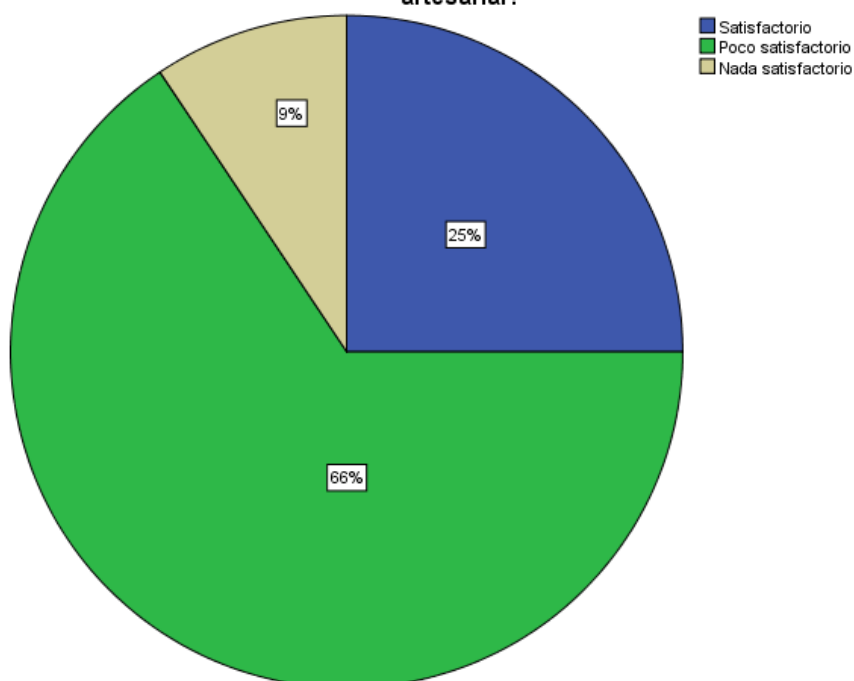


Figura 34. Pregunta 10 encuesta artesanos.

Del 100% de artesanos encuestados el 66% indicó que el apoyo de las autoridades hacia los artesanos es poco satisfactorio, el 25% respondió que es satisfactorio y el 9% nada satisfactorio.

Del total de personas encuestadas la mayoría respondió que el apoyo de las autoridades es poco satisfactorio, debido a que en diferentes ocasiones los artesanos son quienes gestionan y organizan actividades para mejorar su oferta.

11) ¿Cómo se ha impulsado el desarrollo artesanal?

Tabla 52.
Pregunta 11 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Participación en ferias	26	81%
	Aporte MIPRO	1	3%
	Otros	5	16%
	Total	32	100,0



Figura 35. Pregunta 11 encuesta artesanos.

Del 100% de artesanos encuestados, el 81% manifiesta que el desarrollo artesanal se ha impulsado mediante participación en ferias, el 16% indicó que son otros los factores y el 3% por el apoyo de la MIPRO.

El mayor número de personas coinciden que las ferias es un factor que ayuda a desarrollar la actividad artesanal, esto es por la masiva concurrencia de turistas, en donde hay mayor probabilidad de venta.

12) ¿En qué lugar le gustaría vender sus artesanías?

Tabla 53.
Pregunta 12 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Mercados artesanales	2	6%
	Ferias productivas	30	94%
	Total	32	100%

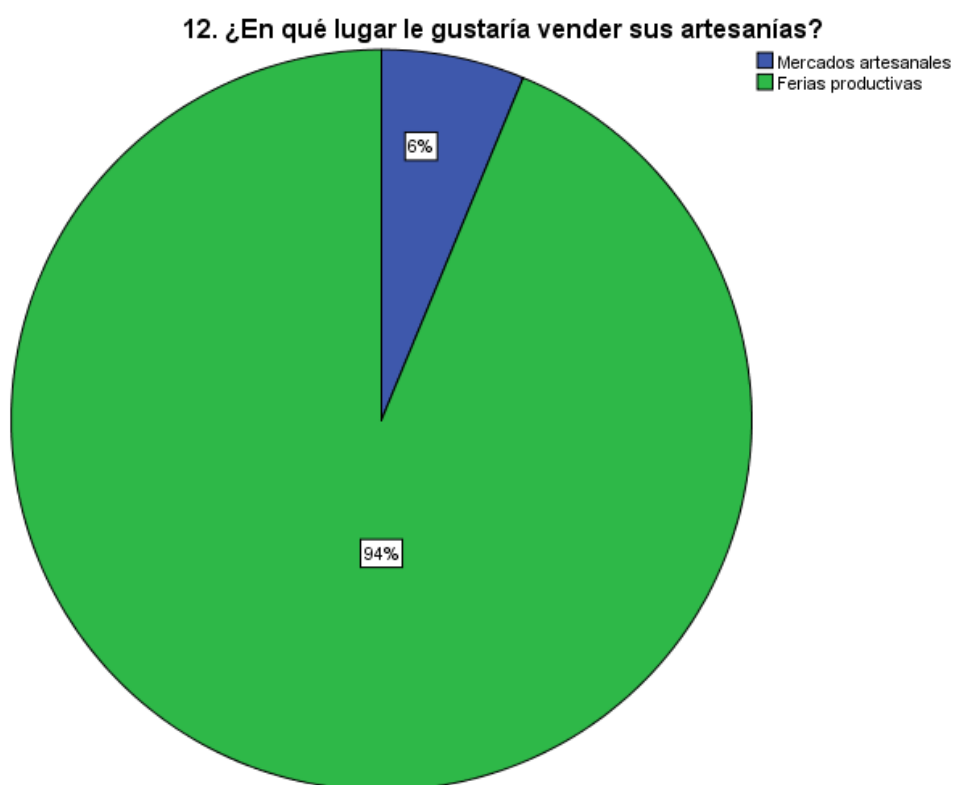


Figura 36. Pregunta 12 encuesta artesanos.

Del 100% de encuestados, el 94% respondió que le gustaría vender sus artesanías en ferias artesanales, mientras que el 6% en mercados artesanales.

Del total de artesanos encuestados, la mayor parte seleccionó las ferias artesanales como la mejor opción para vender sus artesanías. La razón por la que señalaron esta opción se debe al éxito en ventas que representa la feria de finados en la parroquia La Victoria.

13) ¿Qué actividades considera usted importante para impulsar el desarrollo artesanal?

Tabla 54.
Pregunta 13 encuesta artesanos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Diseñar página web	1	3%
	Elaborar folletos	1	3%
	Participar en ferias artesanales	30	94%
	Total	32	100%

13. ¿Qué actividades considera usted importante para impulsar el desarrollo artesanal?

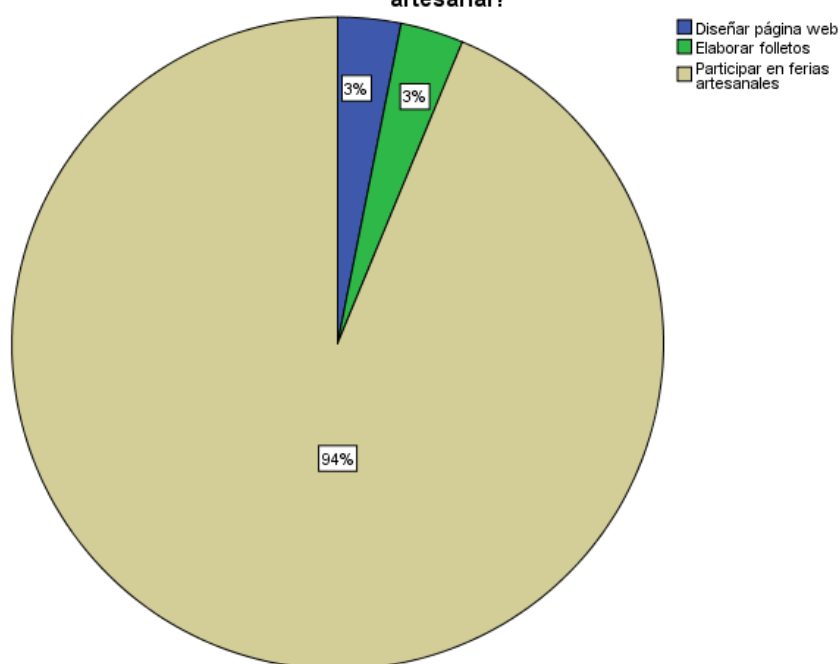


Figura 37. Pregunta 13 encuesta artesanos.

Del 100% de encuestados el 94% considera participar en ferias artesanales como una actividad importante para impulsar el desarrollo artesanal, el 3% diseñar una página web y el otro 3% elaborar folletos.

La actividad que más llama la atención y gusta a los artesanos para desarrollar la actividad artesanal es la participación en ferias artesanales. La razón puede deberse por los resultados positivos que dejan las ferias.

Tabla 55.
Análisis cruzado encuesta artesanos

6. ¿En cuál de los siguientes motivos, existe mayor venta de artesanías? * 9. Considera que en las ferias artesanales deben:		9. Considera que en las ferias artesanales deben:			
tabulación cruzada		Participar todos los artesanos del cantón	Institucionalizar (crear) una feria para cada sector artesanal	Total	
6. ¿En cuál de los siguientes motivos, existe mayor venta de artesanías?	Feria de finados	5 19%	21 81%	26 100,0%	
	Laguna del Quilotoa	5 100,0%	0 0,0%	5 100,0%	
	Otros	1 100,0%	0 0,0	1 100,0%	
	Total	11	21	32	
			34,4%	65,6%	100,0%

El 81% de artesanos, respondieron que la feria de finados es el motivo donde existe mayor venta de artesanías, por ende, consideran que se debería crear una feria para cada sector artesanal.

La feria de finados es el evento que representa mayor venta para los artesanos de la parroquia La Victoria, por ende, ellos consideran que cada sector artesanal debería institucionalizar una feria similar y así evitar la participación de artesanos que no pertenecen a mencionada parroquia. Mientras que la otra parte de las personas encuestadas indicaron que en las ferias artesanales deberían participar todos en conjunto.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Antecedentes

Bienal es un término que es usado comúnmente para las grandes exposiciones de arte, de ahí en la actualidad se puede encontrar en la web bienales con motivos diferentes que no están relacionados al arte. Según la cronología, la bienal más antigua es la “*Biennale di Venezia*” es decir, Bienal de Venecia mismo que data de desde 1895.

En Ecuador, la Bienal de Cuenca es uno de los eventos más importantes referentes al arte, mismo que tiene trascendencia internacional. La primera edición fue en el año de 1988, cuyo objetivo era desarrollar el arte local. Inicialmente las exposiciones fueron únicamente de pintura y con el pasar del tiempo se fueron ajustando a las tendencias del arte mundial. (Bienal de Cuenca, 2016)

La importancia de las bienales, es difundir las artes visuales e impulsar a artistas nuevos que tengan diferentes propuestas. Además de acercar a la gente con las diferentes temáticas de exposición, estos espacios crean oportunidades tanto para los artistas como para el público espectador.

La presente propuesta “Bienal de Puxilí”, plantea generar posibilidades a los artesanos de las parroquias La Victoria, La Matriz y Zumbahua, pertenecientes al cantón Pujilí, exponer y vender sus productos artesanales durante un evento organizado durante un fin de semana.

Los parámetros de la propuesta contemplan lineamientos de inclusión y equidad, en el cual artesanos de las tres parroquias involucradas interactúen entre sí, y donde todos tengan las mismas oportunidades de exhibición y venta.

Para efectos de la propuesta, a continuación, se presentan los siguientes documentos que permiten evidenciar su planificación, la cual se ajusta a la

guía general para la presentación de proyectos de inversión y de cooperación externa no reembolsable.

- Acta de constitución de la propuesta
- Alcance de la propuesta
- Matriz de marco lógico
- Estructura de descomposición del trabajo
- Diccionario DWS
- Cronograma en Project
- Matriz de riesgo
- Matriz de indicadores de gestión
- Presupuesto de la propuesta

Los documentos anteriormente mencionados, se presentan a través de matrices.

4.2 Acta de constitución del proyecto

El proyecto está orientado al sector artesanal de las parroquias La Victoria, La Matriz y Zumbahua. Se denomina “Bienal de Puxilí” a la propuesta de una exposición unificada de las artesanías del cantón, para lo cual se presenta diferentes matrices para el alcance del proyecto.

Nombre del proyecto: Diseño de la “Bienal de Puxilí”.

Objetivos

Objetivo general:

Diseñar la “Bienal de Puxilí” para la promoción y dinamización de la actividad artesanal.

Objetivos específicos:

- Planificar las actividades de la propuesta.
- Realizar contrataciones de proveedores.
- Socializar la propuesta con los actores involucrados.
- Programar actividades contempladas para la bienal.

4.2.1 Organigrama estructural

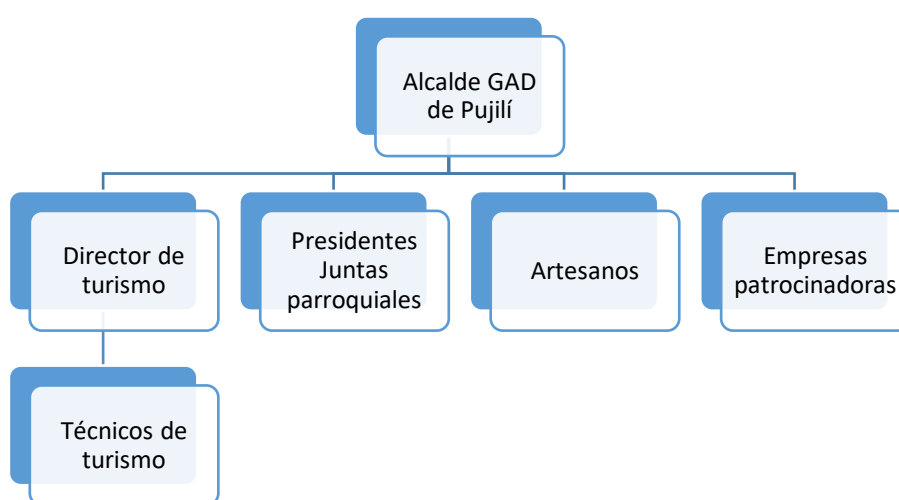


Figura 38. Organigrama estructural.

4.2.2 Matriz de identificación para la Bienal

Para establecer el lugar donde se desarrollará la Bienal de Pujilí se plantea la siguiente matriz de localización, en la cual se toma en cuenta factores relevantes que ayudan a considerar el lugar más óptimo para el evento. El método empleado es de evaluación por puntos, es decir, quien obtenga mayor puntaje será el indicado.

Tabla 56.
Matriz de identificación para la Bienal

Factores	Peso %	Lugar A (Centro de Exposiciones Quito)		Lugar B (Casa de la Cultura núcleo de Cotopaxi)		Lugar C (bulevar, ingreso norte a Pujilí)	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.

CONTINÚA 

Transporte y vías de acceso	15	7	1,05	7	1,05	9	1,35
Cercanía a infraestructura y servicios turísticos	15	6	0,90	6	0,90	8	1,20
Servicios básicos	10	9	0,90	6	0,60	7	0,70
Entorno cultural-comercial	15	8	1,20	5	0,75	7	1,05
Costo y disponibilidad de locales	15	4	0,60	5	0,75	9	1,35
Seguridad vehicular y de tránsito	15	6	0,90	5	0,75	7	1,05
Grado de accesibilidad	15	7	1,05	7	1,05	9	1,35
TOTALES	100%		6,60		5,85		8,05

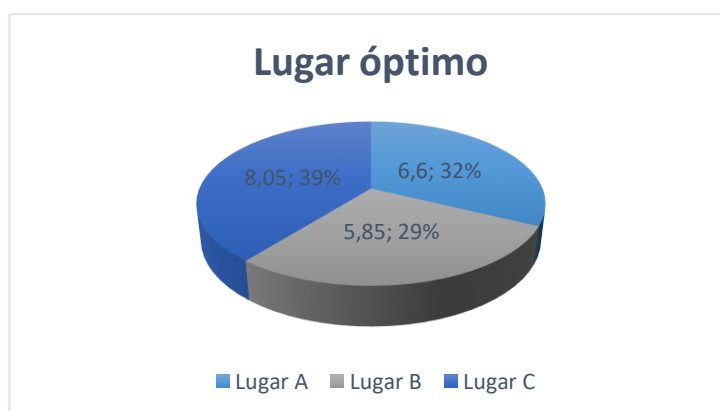


Figura 39. Lugar óptimo para la bienal.

Una vez analizados los 7 factores divididos a través de una calificación con escala de 1 a 10 y con una ponderación dependiendo el grado de importancia para cada factor, se obtiene como resultado, el lugar más adecuado para la Bienal de arte popular de las artesanías del cantón Pujilí, es el bulevar que se encuentra en el ingreso norte al cantón. El lugar seleccionado esta contiguo al desvío al cantón La Maná. Las ponderaciones que mayor puntaje fueron, transporte y vías de acceso, costo y disponibilidad de locales y finalmente grado de accesibilidad.

4.2.3 Requerimientos que satisfacen las necesidades, deseos y expectativas del cliente, sponsor y otros stakeholders

Tabla 57.
Análisis de clientes y sponsor.

Involucrados	Papel (rol) Interés	Potencialidad	Estrategias
Artesanos	Participación continua en las exposiciones que se desarrollarán una vez al año. En donde deberán exponer sus artesanías más representativas.	Mejoramiento en diseños, materiales y forma de atención al cliente.	Realizar demostraciones de la elaboración de artesanías. Seleccionar a los artesanos que participarán en la construcción y desarrollo del proyecto.
Alcalde (GAD Pujilí)	Apoya el desarrollo del turismo cultural y autorización de la bienal para fomentar la actividad artesanal del cantón.	Asignación de recursos económicos y talento humano para ejecución de la propuesta.	Promover la participación del GAD municipal. Cumplir políticas del plan de desarrollo.
Técnicos de la Unidad de Cultura y Turismo	Planifica y ejecución de las actividades que contempla la bienal.	Establece nexos de comunicación con los artesanos.	Desarrollar la logística del evento. Registrar a los artesanos, quienes participarán en el evento.
Empresas privadas: CACPECO Cooperativa Ambato Fiorella Roses	Auspiciantes y patrocinadores del evento.	Entregarán reconocimientos a los artesanos destacados.	Apoyar el desarrollo productivo de la actividad artesanal. Financiar la bienal.

4.2.4 Necesidades y requerimientos de la propuesta

La necesidad de realizar una bienal de arte popular es por el desconocimiento de los turistas acerca de las artesanías y por la estacionalidad de oferta que representa esta actividad, con el fin de promover y dar a conocer la labor artesanal con la que cuenta el cantón Pujilí, de esta forma lograr reunir en un solo evento a los artesanos de las parroquias de La Matriz, La Victoria y Zumbahua para dinamizar la actividad turística de Pujilí. Durante este programa los espectadores podrán ver la exposición de los trabajos más destacados, el proceso que conlleva su elaboración y también comprarlos.

Al finalizar la bienal el GAD municipal y las empresas privadas que patrocinen el evento, entregarán un reconocimiento a los trabajos destacados dentro de sus respectivas categorías.

4.2.5 Propósito o justificación del producto

El motivo fundamental de desarrollar una bienal, es aprovechar este evento para promocionar las artesanías del cantón, mostrando a los turistas el arte popular en sus diferentes expresiones y transmitir las múltiples opciones de productos que van a encontrar en Pujilí. Además, las varias experiencias que puede experimentar en los distintos centros artesanales.

Mediante la bienal se puede reunir en un solo lugar las diferentes expresiones de artesanías de las parroquias La Victoria, La Matriz y Zumbahua, con la intención de potencializar el cantón, reconocer la labor artesanal y posicionar a los artesanos pujilenses.

Es fundamental captar la atención de los turistas, tanto locales, nacionales y extranjeros en un evento que se desarrollará una vez al año, e incrementar su intención de viaje en relación a los otros eventos que se desarrolla en el cantón. De esta forma lograr un mayor reconocimiento de las artesanías, impulsar las ventas y mejorar los ingresos de los artesanos.

4.2.6 Gerente del proyecto asignado

La persona encargada es la Srta. Doris Acurio, tesista de la carrera de Ing. en Administración Turística y Hotelera quien es responsable de planificar la propuesta de la “Bienal de Puxilí” en base a matrices, bajo el direccionamiento el GAD del Cantón Pujilí.

4.2.7 Descripción de las influencias que ejercen los stakeholders

Tabla 58.
Descripción Influencia stakeholders.

Grupos	Interés	Problemas	Recursos y mandatos
Alcalde del cantón	Fortalecer el turismo del cantón.	No asignación de una partida presupuestaria.	Presupuesto para el desarrollo de la bienal.
Director de turismo	Fomentar el turismo cultural.	Desinterés de los artesanos.	Talento humano capacitado.
	Programar y ejecutan	Actividades previstas no se	Cuenta con el presupuesto

CONTINÚA 

Técnicos de turismo	actividades de promoción turística.	desarrollan en el tiempo previsto.	previsto y talento humano necesario.
Presidentes GAD's parroquiales	Fortalecer el turismo de sus parroquias	Falta de apoyo al sector artesanal.	Acuerdos con artesanos
Artesanos	Participar para dar a conocer los trabajos que realizan.	No cuentan con medios para movilizar sus productos.	Apoyo al proyecto para sus propios beneficios.
Turistas	Conocer la actividad artesanal que ofrece el cantón.	Desconocimiento de la fecha y contenido del evento.	El evento se promocionará en Teleamazonas.
Empresas Privadas	Vincular la empresa con la colectividad.	No cumplimiento de los acuerdos establecidos.	Presupuesto para patrocinar la Bial.

4.2.8 Supuestos organizacionales, ambientales y externos

Teniendo en cuenta el proyecto a desarrollarse, es importante contar con el apoyo de entidades que facilite alcanzar los objetivos planteados. El GAD municipal y los GAD's parroquiales de Pujilí serán los nexos fundamentales con los artesanos, quienes participarán en la exhibición y venta de las artesanías. Así mismo es necesario buscar el apoyo de empresas privadas para el patrocinio del evento, de tal forma que se pueda reconocer el trabajo de los artesanos del cantón. El Ministerio de Productividad (MIPRO) dentro de sus competencias está el apoyo a pequeñas y medianas empresas es por ello que un papel fundamental para apoyar el desarrollo de la bial.

4.2.9 Restricciones externas

- Desinterés por parte de los artesanos.
- Escaso presupuesto, debido a otras asignaciones.
- Falta de compromiso de las autoridades y artesanos.
- Desacuerdos entre artesanos de las tres parroquias.

FIRMAS

Patrocinador

Director del Proyecto

 Srta. Doris Acurio

4.3 Alcance de la propuesta

Nombre del proyecto: Diseño de la Bienal de Pujilí.

Preparado por: Doris Acurio – Directora del proyecto

Tabla 59.

Matriz de alcance del proyecto

<p>Descripción del producto:</p>	<p>El proyecto de la bienal de arte popular de las artesanías del cantón Pujilí, se desarrollará en el bulevar que se encuentra en el ingreso norte de la ciudad.</p> <p>El evento se ejecutará cada dos años, con el fin de promocionar las artesanías de las parroquias La Victoria, La Matriz y Zumbahua. Además de reconocer los trabajos más destacados de los artesanos para estimular la labor que ejercen.</p> <p>Dentro de la propuesta se contemplará fases de planificación, contratación, socialización y diagramación de la bienal.</p>
<p>Justificación de la propuesta:</p>	<p>El motivo fundamental para desarrollar una bienal, es aprovechar este evento para promocionar las artesanías del cantón, mostrando a los turistas el arte popular en sus diferentes expresiones y así transmitir las múltiples opciones de productos que se puede encontrar en Pujilí para la valoración, el crecimiento, la activación económica y la potencialización de estos destinos.</p> <p>Es fundamental captar la atención de los turistas, tanto locales, nacionales y extranjeros a un evento que se desarrollará cada dos años, e incrementar su intención de viaje en relación a los otros eventos que se desarrolla en el cantón. De esta forma lograr un mayor reconocimiento de las artesanías y mejorar los ingresos de los artesanos.</p>

Tabla 60.
Matriz objetivos de alcance del proyecto

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	
Objetivos de programación	Diseñar la “Bienal de Puxilil” para la promoción y dinamización del turismo cultural.
Medidas de calidad	La propuesta se sujetará a las condiciones de calidad que se solicita para la realización de un evento.
ENTREGABLES DE LA PROPUESTA	
Entregable A	Acta de Constitución
Entregable B	Matriz de Alcance
Entregable C	Plan de gestión de la propuesta
Entregable D	Estructura de descomposición del trabajo
Entregable E	Presupuesto
Entregable F	Condiciones de la Bienal
Entregable G	Base de datos e patrocinadores
Entregable H	Diseño de trípticos y afiches
Entregable I	Diseño de stands
Entregable J	Distribución de espacios
Entregable K	Condiciones de participación para la bienal
Supuestos	El material promocional será realizado con anterioridad Se cuenta con el talento humano suficiente para la logística del evento La asistencia de turistas será masiva
Restricciones	El presupuesto del evento deberá sujetarse a las asignaciones del municipio Las condiciones de la bienal deben ser respetadas
Riesgos	Incumplimiento de los artesanos Incumplimiento de las empresas privadas Incumplimiento de las autoridades
FIRMAS	Director del Proyecto
	_____ Srta. Doris Acurio

4.4 Matriz de Marco Lógico

Es el plan de gestión en referencia al propósito de la propuesta a continuación se presenta la Matriz de Marco Lógico, para identificar el fin, objetivos y actividades de la propuesta; además, los indicadores, medios de verificación y los supuestos.

Tabla 61.
Matriz de Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS	
FIN Lograr poseionar a la bienal como un evento de promoción y reconocimiento del trabajo artesanal	Informe de culminación de la bienal	Informe de culminación de la bienal	Que los informes el alcance de los objetivos.	
OBJETIVO GENERAL Diseñar la “Bienal de Puxilí” para la promoción y dinamización de la actividad artesanal.	Bienal de arte popular	Acta de constitución Alcance del proyecto Matriz de estructura del trabajo Matriz de riesgos Matriz de marco lógico Estructura de descomposición del trabajo Diccionario DWS Matriz de indicadores de gestión	Que la propuesta permita mayor conocimiento de las artesanías del cantón y el incremento de ventas.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1.1. Planificar las actividades de la propuesta	Aprobación de los documentos por parte de las autoridades gubernamentales	Acta de constitución Matriz de alcance	Contar con la aprobación de los actores involucrados
	1.2. Realizar contrataciones de proveedores	Proformas de los requerimientos	Proformas	Que los precios varíen un porcentaje en relación a las proformas
	1.3. Socializar la propuesta con los actores involucrados	Informe de reuniones	Informe de reuniones	Que la propuesta sea aprobada por las autoridades, empresarios y artesanos
	1.4. Programar actividades contempladas para la bienal	Lista de actividades	Instructivo	Que los espacios de ubicación se encuentren disponibles

Tabla 62.
Matriz de Marco Lógico Objetivo 1

Objetivo 1. Planificar las actividades de la propuesta				
ACTIVIDADES	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS	
1.1.1. Acta de constitución del proyecto	Aprobación de los documentos por parte de las autoridades gubernamentales	Acta de constitución de la propuesta	Que la propuesta se acoja a la planificación de la Unidad de Turismo de Pujilí	
1.1.2. Alcance de la propuesta	Aprobación de los documentos por parte de las autoridades gubernamentales	Alcance de la propuesta	Que el diseño de la propuesta sea aprobado por las empresas privadas, artesanos y municipio	
1.1.3. Plan de gestión de la propuesta	Comunicación de los stakeholders	Plan de gestión del proyecto	Que la propuesta integre alguna de las necesidades de las tres parroquias involucradas	
1.1.4. Creación del EDT	Organigrama de la estructura de trabajo	Estructura detallada del trabajo	Que la estructura de trabajo contemple todos los stakeholders	
1.1.5. Presupuesto	Tabla de costos	Cotizaciones	Que algún elemento contemplado dentro del presupuesto sufra algún incremento en el precio.	
1.1.6. Condiciones de la bienal	Documento base	Documento	Que se modifique alguna condición de participación.	
1.1.7. Base de datos de patrocinadores	Base de datos	Documento	Que algún patrocinador decida no auspiciar el evento	

Tabla 63.
Matriz de Marco Lógico Objetivo 2

Objetivo 1.2. Realizar contrataciones de proveedores				
ACTIVIDADES	ACTIVIDADES	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	1.2.1. Contratación de Teleamazonas.	Video promocional Impresión escrita	Facturas	Que los precios sufran algún incremento
	1.2.2. Contratación de Innova, empresa de diseño gráfico	Trípticos, afiches, fundas publicitarias, banner	Facturas	Que los precios se modifiquen por alguna variación de diseño
	1.2.3. Contratación de equipos audiovisuales y sonido a la empresa Tuugo	Equipos audiovisuales	Facturas	Que los equipos no sean los solicitados
	1.2.4. Contratación de empresa Eventoclick para realizar stands	Stands	Facturas	Que el diseño original sea modificado
	1.2.5. Contratación de camionetas cooperativa Sinchahuasín	Artesanos movilizados	Factura	Que la cooperativa de transporte no cuente con las unidades necesarias

Tabla 64.
Matriz de Marco Lógico Objetivo 3

Objetivo 1.3. Socializar la propuesta con los actores involucrados						
ACTIVIDADES	ACTIVIDADES	INDICADORES		MEDIOS DE VERIFICACIÓN	DE	SUPUESTOS
	1.3.1. Reunión con autoridades	Actas reuniones	de	Listado asistencia	de	Que alguna autoridad no muestre interés
	1.3.2. Inspección de campo	Informe observaciones	de	Fotografías		Que se presente algún inconveniente en los espacios seleccionados
	1.3.3. Diálogo con artesanos	Acta reuniones	de	Nómina asistentes	de	Que algún artesano no muestre interés en el tema
	1.3.4. Notas de prensa	Reportaje escrito y televisado		Reportaje		Que el diseño original sea modificado
	1.3.5. Publicación y divulgación a la comunidad	Promoción en medios escritos y televisivos		Publicidad		Que el mensaje no sea receptado por el público
	1.3.6. Envío de invitaciones a autoridades y empresarios	Invitaciones		Recibido invitaciones	de	Que no se cuente con la presencia de todos los invitados
	1.3.7. Aprobación	Documento aprobación	de	Firmas de responsabilidad	de	Que no sea aprobado

Tabla 65.
Matriz de Marco Lógico Objetivo 4.

Objetivo 1.4. Detallar la logística del evento						
ACTIVIDADES	ACTIVIDADES	INDICADORES		MEDIOS DE VERIFICACIÓN	DE	SUPUESTOS
	1.4.1. Inauguración	Informe evento	de	Informe fotografías	y	Que no inicie a la hora prevista
	1.4.2. Desarrollo de la Bienal	Informe evento	del	Fotografías		Que la condición climática no sea óptima
	1.4.3. Cierre	Informe evento	del	Fotografías		Que haya un retraso de la hora prevista

4.5 Estructura de descomposición del trabajo

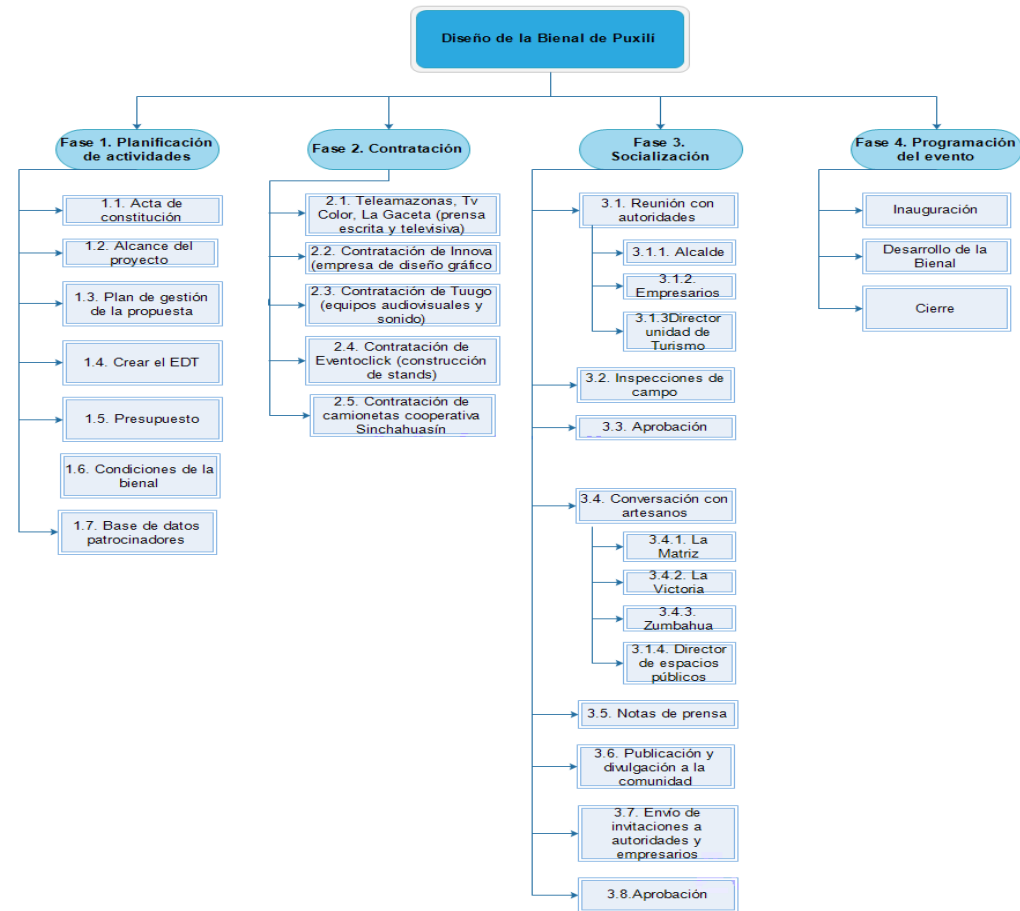


Figura 40. Estructura de descomposición del trabajo.

4.6 Diccionario WBS

Tabla 66.
Diccionario WBS Planificación de actividades.

ENTREGABLE		PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES												
NOMBRE DEL TRABAJO		Acta de Constitución del proyecto												
CÓDIGO DE TRABAJO		1.1.												
OBJETIVO DEL TRABAJO	DEL	Iniciar el proyecto												
DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	DEL	Es un documento en donde se define el propósito del proyecto, requerimiento del producto y stakeholders												
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS		<table> <tr> <td>Responsable</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Participa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoya</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Revisa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aprueba</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Da información</td> <td></td> </tr> </table>	Responsable	X	Participa		Apoya		Revisa		Aprueba	X	Da información	
Responsable	X													
Participa														
Apoya														
Revisa														
Aprueba	X													
Da información														
FECHA PROGRAMADA		Inicio: vie 3/3/17 Fin: mar 7/3/17												
SUPUESTO		La propuesta sea aprobada												
RIESGO		Que la propuesta sea rechazada												
RECURSO ASIGNADO		Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC's												

Tabla 67.
Diccionario WBS Alcance del proyecto.

NOMBRE DEL TRABAJO		Alcance del proyecto												
CÓDIGO DE TRABAJO		1.2.												
OBJETIVO DEL TRABAJO	DEL	Definiciones												
DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	DEL	Se desglosa los objetivos, es decir, se detalla los entregables que se debe producir												
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS		<table> <tr> <td>Responsable</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Participa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoya</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Revisa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aprueba</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Da información</td> <td>X</td> </tr> </table>	Responsable	X	Participa		Apoya		Revisa		Aprueba	X	Da información	X
Responsable	X													
Participa														
Apoya														
Revisa														
Aprueba	X													
Da información	X													
FECHA PROGRAMADA		Inicio: mié 8/3/17 Fin: vie 10/3/17												
SUPUESTO		La propuesta sea aprobada												
RIESGO		El alcance no está definido con claridad												
RECURSO ASIGNADO		Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC's												

Tabla 68.

Diccionario WBS Plan de gestión de la propuesta.

NOMBRE DEL TRABAJO	Plan de gestión de la propuesta		
CÓDIGO DE TRABAJO	1.3.		
OBJETIVO TRABAJO	DEL	Gestionar actividades de la propuesta	
DESCRIPCIÓN TRABAJO	DEL	Contiene el cronograma de actividades asignadas	
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS	Responsable	X	
	Participa		
	Apoya		
	Revisa		X
	Aprueba		X
	Da información		
FECHA PROGRAMADA	Inicio: 1lun 13/3/17 Fin: mié 15/3/17		
SUPUESTO	Que el plan sea aprobado		
RIESGO	Que no se considere algún elemento dentro del plan		
RECURSO ASIGNADO	Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC's		

Tabla 69.

Diccionario WBS Estructura de trabajo.

NOMBRE DEL TRABAJO	Crear el EDT		
CÓDIGO DE TRABAJO	1.4.		
OBJETIVO TRABAJO	DEL	Desarrollar la estructura de descomposición del trabajo	
DESCRIPCIÓN TRABAJO	DEL	Es un documento que descompone jerárquicamente el producto de la propuesta	
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS	Responsable	X	
	Participa		
	Apoya		X
	Revisa		X
	Aprueba		X
	Da información		
FECHA PROGRAMADA	Inicio: jue 16/3/17 Fin: vie 17/3/17		
SUPUESTO	El EDT serán aprobados		
RIESGO	Modificación en el alcance de la propuesta		
RECURSO ASIGNADO	Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC's		

Tabla 70.
Diccionario WBS Presupuestos.

NOMBRE DEL TRABAJO		Presupuestos												
CÓDIGO DE TRABAJO		1.5.												
OBJETIVO TRABAJO	DEL	Presentar el presupuesto de la propuesta												
DESCRIPCIÓN TRABAJO	DEL	Es un documento en donde se detalla los precios estimados												
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS		<table> <tr> <td>Responsable</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Participa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoya</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Revisa</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Aprueba</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Da información</td> <td></td> </tr> </table>	Responsable	X	Participa		Apoya		Revisa	X	Aprueba	X	Da información	
Responsable	X													
Participa														
Apoya														
Revisa	X													
Aprueba	X													
Da información														
FECHA PROGRAMADA		Inicio: lun 20/3/17 Fin: mar 21/3/17												
SUPUESTO		El presupuesto será aprobado												
RIESGO		Modificación en las proformas												
RECURSO ASIGNADO		Personal: Gestor de la propuesta Materiales: Proformas Equipo: TIC's												

Tabla 71.
Diccionario WBS Condiciones de la bienal.

NOMBRE DEL TRABAJO		Condiciones de la bienal												
CÓDIGO DE TRABAJO		1.6.												
OBJETIVO TRABAJO	DEL	Presentar los términos y condiciones de la bienal												
DESCRIPCIÓN TRABAJO	DEL	Es un documento en donde se las condiciones para participar en la bienal												
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS		<table> <tr> <td>Responsable</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Participa</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Apoya</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Revisa</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Aprueba</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Da información</td> <td></td> </tr> </table>	Responsable	X	Participa	X	Apoya		Revisa	X	Aprueba	X	Da información	
Responsable	X													
Participa	X													
Apoya														
Revisa	X													
Aprueba	X													
Da información														
FECHA PROGRAMADA		Inicio: mié 22/3/17 Fin: vie 24/3/17												
SUPUESTO		Las condiciones sean aceptadas												
RIESGO		Modificación en algún término												
RECURSO ASIGNADO		Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC's												
NOMBRE DEL TRABAJO		Base de datos patrocinadores												
CÓDIGO DE TRABAJO		1.7.												

CONTINÚA 

OBJETIVO TRABAJO	DEL	Presentar los patrocinadores potenciales del evento												
DESCRIPCIÓN TRABAJO	DEL	Es una tabla en donde se detalla las posibles empresas privadas que podrían patrocinar												
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS		<table> <tr><td>Responsable</td><td>X</td></tr> <tr><td>Participa</td><td>X</td></tr> <tr><td>Apoya</td><td></td></tr> <tr><td>Revisa</td><td>X</td></tr> <tr><td>Aprueba</td><td></td></tr> <tr><td>Da información</td><td>X</td></tr> </table>	Responsable	X	Participa	X	Apoya		Revisa	X	Aprueba		Da información	X
Responsable	X													
Participa	X													
Apoya														
Revisa	X													
Aprueba														
Da información	X													
FECHA PROGRAMADA		Inicio: lun 27/3/17 Fin: mié 29/3/17												
SUPUESTO		Las empresas acepten patrocinar												
RIESGO		Escases de patrocinadores												
RECURSO ASIGNADO		Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC's												

Tabla 72.
Diccionario WBS Contrataciones.

ENTREGABLE	2. Contrataciones													
NOMBRE DEL TRABAJO	Contrato con Teleamazonas, TV Color, La gaceta													
CÓDIGO DE TRABAJO	2.1.													
OBJETIVO TRABAJO	DEL	Contratar los servicios de la prensa escrita y televisiva												
DESCRIPCIÓN TRABAJO	DEL	Se contratarán los servicios de medios de comunicación para difundir la bienal												
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS		<table> <tr><td>Responsable</td><td>X</td></tr> <tr><td>Participa</td><td></td></tr> <tr><td>Apoya</td><td></td></tr> <tr><td>Revisa</td><td>X</td></tr> <tr><td>Aprueba</td><td></td></tr> <tr><td>Da información</td><td></td></tr> </table>	Responsable	X	Participa		Apoya		Revisa	X	Aprueba		Da información	
Responsable	X													
Participa														
Apoya														
Revisa	X													
Aprueba														
Da información														
FECHA PROGRAMADA		Inicio: jue 30/3/17 Fin: lun 3/4/17												
SUPUESTO		Cambio de medios de comunicación												
RIESGO		Cambio de publicidad												
RECURSO ASIGNADO		Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC's												
NOMBRE DEL TRABAJO	Contrato con Innova													
CÓDIGO DE TRABAJO	2.2.													
OBJETIVO TRABAJO	DEL	Contratar los servicios de diseño gráfico												
DESCRIPCIÓN TRABAJO	DEL	Se contratarán los servicios de diseño gráfico para los materiales promocionales												

CONTINÚA 

RESPONSABILIDADES ASIGNADAS	<table> <tr> <td>Responsable</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Participa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoya</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Revisa</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Aprueba</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Da información</td> <td></td> </tr> </table>	Responsable	X	Participa		Apoya		Revisa	X	Aprueba		Da información	
Responsable	X												
Participa													
Apoya													
Revisa	X												
Aprueba													
Da información													
FECHA PROGRAMADA	Inicio: mar 4/4/17 Fin: mié 5/4/17												
SUPUESTO	La entrega de los materiales no se entregue en el plazo												
RIESGO	Alteración en el diseño												
RECURSO ASIGNADO	Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC´s												

Tabla 73.

Diccionario WBS Contrato con Sonido y audiovisuales.

NOMBRE DEL TRABAJO	Contrato con Tuggu												
CÓDIGO DE TRABAJO	2.3.												
OBJETIVO DEL TRABAJO	DEL	Contratar los servicios de equipos audiovisuales y de sonido											
DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	DEL	Se contratarán los servicios de equipos de audiovisuales y sonido para el evento											
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS	<table> <tr> <td>Responsable</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Participa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoya</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Revisa</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Aprueba</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Da información</td> <td></td> </tr> </table>	Responsable	X	Participa		Apoya		Revisa	X	Aprueba		Da información	
Responsable	X												
Participa													
Apoya													
Revisa	X												
Aprueba													
Da información													
FECHA PROGRAMADA	Inicio: jue 6/4/17 Fin: lun 10/4/17												
SUPUESTO	Retraso en la instalación de equipos												
RIESGO	Cambio climático												
RECURSO ASIGNADO	Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC´s												

Tabla 74.
Diccionario WBS Contrato stands.

NOMBRE DEL TRABAJO	Contrato con Eventoclick													
CÓDIGO DE TRABAJO	2.4.													
OBJETIVO TRABAJO	DEL	Contratar los servicios de armado de stands												
DESCRIPCIÓN TRABAJO	DEL	Se contratarán los servicios para armar los stands												
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS		<table> <tr> <td>Responsable</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Participa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoya</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Revisa</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Aprueba</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Da información</td> <td></td> </tr> </table>	Responsable	X	Participa		Apoya		Revisa	X	Aprueba		Da información	
Responsable	X													
Participa														
Apoya														
Revisa	X													
Aprueba														
Da información														
FECHA PROGRAMADA	Inicio: mar 11/4/17 Fin: jue 13/4/17													
SUPUESTO	No se construya en el plazo acordado													
RIESGO	Alteración en el diseño													
RECURSO ASIGNADO	Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC's													

Tabla 75.
Diccionario WBS Contrato transporte.

NOMBRE DEL TRABAJO	Contrato con Cooperativa de transportes Sinchahuasín													
CÓDIGO DE TRABAJO	2.5.													
OBJETIVO TRABAJO	DEL	Contratar los servicios de transporte												
DESCRIPCIÓN TRABAJO	DEL	Se contratarán los servicios de transporte para movilizar a los artesanos												
RESPONSABILIDADES ASIGNADAS		<table> <tr> <td>Responsable</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Participa</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Apoya</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Revisa</td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Aprueba</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Da información</td> <td></td> </tr> </table>	Responsable	X	Participa		Apoya		Revisa	X	Aprueba		Da información	
Responsable	X													
Participa														
Apoya														
Revisa	X													
Aprueba														
Da información														
FECHA PROGRAMADA	Inicio: vie 14/4/17 Fin: mar 18/4/17													
SUPUESTO	Exista retrasos													
RIESGO	Falta camionetas													
RECURSO ASIGNADO	Personal: Gestor de la propuesta Equipo: TIC's													

4.7 Cronograma en Project

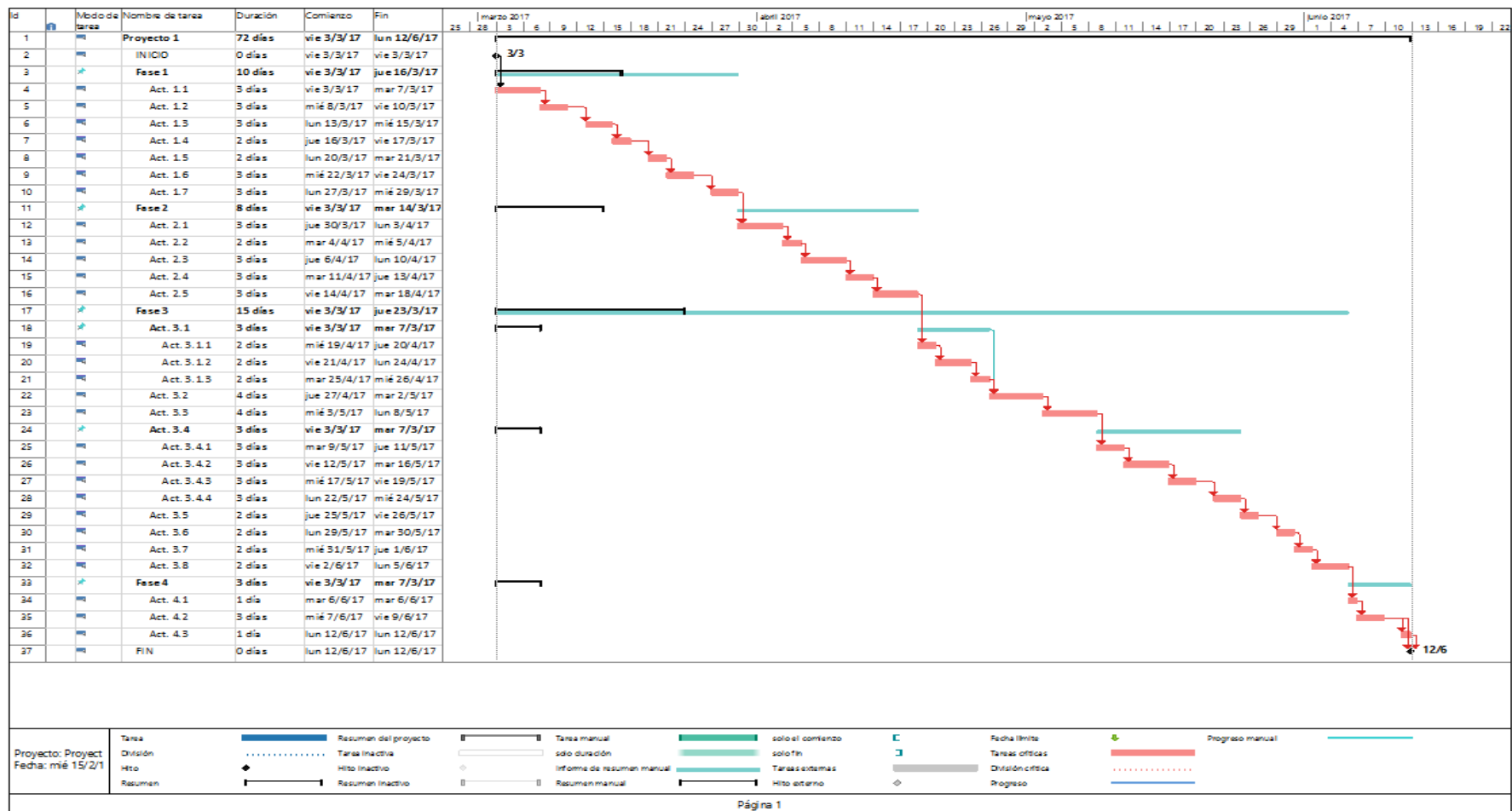


Figura 41. Cronograma en Project.

4.8 Matriz de Riesgo de la Propuesta


Tabla 76.

Matriz de Riesgo de la Propuesta

ÍTEM	FASE	RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTO	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA	PROBLEMAS	COSTO	PERMANENCIA EN EL TIEMPO
Contratación con Teamazonas,	Contrataciones	1	2	2	Incumplimiento del tiempo de publicidad	Mitigar: llamados de atención	Precio elevado por publicidad	No se puede aseverar un valor	Fase de contratación
Contratación con Innova Gráficas	Contrataciones	1	2	2	Incumplimiento en la entrega e trabajos	Mitigar: pagar el 50% del total del trabajo realizado y la otra mitad después de la entrega	El material entregado no sea el requerido	No se puede aseverar un valor	Fase de contratación
Contratación con Tuggu	Contrataciones	2	2	3	Fallas de los equipos durante el evento	Mitigar: hacer revisiones previas	Los equipos no funcionen correctamente	No se puede aseverar un valor	Fase de contratación
Contratación de eventoclick	Contrataciones	2	2	1	Que los stands no estén a tiempo	Mitigar: verificar los stands con un día de antelación	No haya suficientes stands	No se puede aseverar un valor	Fase de contratación
Contratación con cooperativa Sinchahuasin	Contrataciones	4	1	4	Que las camionetas no abastezcan a los artesanos	Mitigar: llamar a una cooperativa de transportes similar	Retraso en el traslado de artesanos	No se puede aseverar un valor	Fase de contratación
Reunión con el Alcalde	Socialización	1	1	3	Postergación de reunión	Mitigar: hacer una llamada previa de recordación y confirmación	Retrasos o postergación de las reuniones de trabajo	No se puede aseverar un valor	Fase de socialización
Reunión con empresarios	Socialización	2	2	2	Postergación de reunión	Mitigar: hacer una llamada previa de recordación y confirmación	Incumplimiento en la asistencia y compromisos acordados	No se puede aseverar un valor	Fase de socialización

CONTINÚA 

Reunión con Director Unidad de Turismo	Socialización	1	1	1	Postergación de reunión	Mitigar: hacer una llamada previa de recordación y confirmación	No establezca el nexa con los artesanos	No se puede aseverar un valor	Fase de socialización
Reunión con Director de espacios públicos	Socialización	1	1	1	Postergación de reunión	Mitigar: hacer una llamada previa de recordación y confirmación	Impedimento para uso del espacio requerido	No se puede aseverar un valor	Fase de socialización
Inspección de campo	Socialización	1	2	1	Postergación fecha de inspección	Mitigar: hacer una llamada previa de recordación y confirmación	El espacio no esté en óptimas condiciones	No se puede aseverar un valor	Fase de socialización
Diálogo con artesanos	Socialización	5	3	4	Inasistencia de los artesanos en su totalidad	Mitigar: coordinación continua con representantes	Negación para participar	No se puede aseverar un valor	Fase de socialización
Publicación y divulgación a la comunidad	Socialización	3	3	2	Que se difunda a última hora sin previa anterioridad	Mitigar: informar con 15 días de antelación	La publicidad no tenga acogida	No se puede aseverar un valor	Fase de socialización
Envío de invitaciones a autoridades y empresarios	Socialización	1	2	1	Entrega de invitaciones a terceras personas	Mitigar: hacer una llamada de confirmación de recibimiento	Retraso en la entrega de invitaciones	No se puede aseverar un valor	Fase de socialización
Inauguración	Programación	2	2	2	Retraso en la hora de inicio	Mitigar: revisión de los tiempos de programación	Retraso por percances técnicos	No se puede aseverar un valor	Fase de programación
Desarrollo de la Bienal	Programación	2	1	1	Presencia de lluvias	Mitigar: proveer carpas de contingencia	Problemas climáticos	No se puede aseverar un valor	Fase de programación
Informe final	Informe del proyecto				Inconsistencia en los informes	Mitigar: Programar los tiempos de entrega de informes	Retraso en la entrega de informes	No se puede aseverar un valor	Fase de programación

Riesgo bajo: 

Riesgo Medio: 

Riesgo Alto: 

4.9 Matriz de Indicadores de Gestión

Tabla 77.
Matriz de Indicadores de Gestión

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES										
ACTIVIDAD	METAS	INDICADORES DE GESTIÓN			TIEMPO		COSTO		FUENTES DE VERIFICACIÓN	DE SUPUESTOS
		INDICADOR	CUMPLE	NO CUMPLE	PROGRAMADO	EJECUTADO	ESTIMADO	REAL		
Acta de constitución de la propuesta	Validad el Acta Constitución de la propuesta	Firma de aprobación	X		03/03/2017	3 días	30,00		Acta Constitución	Que la propuesta se ajuste a algún objetivo del plan del cantón Pujilí
Alcance de la propuesta	Obtener la aprobación del alcance de la propuesta	Firma de aprobación	X		08/03/2017	3 día	30,00		Alcance de la propuesta	Que cuente con la aprobación de las autoridades pertinentes
Plan de gestión de la propuesta	Calificar el plan de gestión de la propuesta	Comunicación de los stakeholders	X		13/03/2017	3 días	50,00		Plan de gestión de la propuesta	Que el plan contemple las necesidades de los artesanos
Creación del EDT	Presentar la ruta crítica de la propuesta	Organigrama de la estructura de descomposición de trabajo	X		16/03/2017	2 días	20,00		Estructura de descomposición del trabajo	Que la estructura de trabajo contemple a mano de obra local
Presupuesto	Presentar presupuesto acorde a las contrataciones	Aprobación de presupuesto	X		20/03/2017	2 días	00,00		Presupuesto	Que el presupuesto no contemple otras necesidades
Condiciones de la bienal	Presentar un documento de lineamientos para la participación	Firma de aprobación	X		22/03/2017	3 días	10,00		Condiciones de la bienal	Que no excluya actividades artesanales de las parroquias
Base de datos de patrocinadores	Listado de posibles patrocinadores	Acuerdos con empresas			27/03/2017	3 días	20,00		Base de datos	Que contemple a las empresas privadas

**Tabla 78.
Matriz contrataciones.**

CONTRATACIONES										
ACTIVIDAD	METAS	INDICADORES DE GESTIÓN			TIEMPO		COSTO		FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
		INDICADOR	CUMPLE	NO CUMPLE	PROGRAMADO	EJECUTADO	ESTIMADO	REAL		
Contratación de medios de comunicación Teleamazonas	Contar con la publicidad necesaria para dar a conocer el evento	Cuñas publicitarias	X		30/03/2017	3 días	6 000,00		Facturas	La cuña publicitaria sea muy costosa
Contratación de diseño gráfico con la empresa Innova	Contar con suficiente material promocional	Afiches, trípticos, posters	X		04/04/2017	2 día	3 000,00		Facturas	La entrega de materiales no sea en la fecha acordada
Contratación de equipos audiovisuales y de sonido con la empresa Tuugo	Contar con equipos para animación del evento	Especificaciones técnicas	X		06/04/2017	3 días	800,00		Facturas	Los equipos no sean los requeridos
Contratación para construcción de stands con la empresa Eventoclick	Que los artesanos cuenten con un espacio cómodo y confortable	Especificaciones técnicas	X		11/04/2017	3 días	4 000,00		Facturas	Que los stands no sean terminados a tiempo
Contratación de servicio de transporte con la cooperativa de camionetas Sinchahuasín	Transportar a los artesanos y facilitar su participación	20 camionetas	X		14/04/2017	3 días	600,00		Facturas	Que no alcance las camionetas para transportar a todos los artesanos

**Tabla 79.
Matriz Socialización.**

SOCIALIZACIÓN										
ACTIVIDAD	METAS	INDICADORES DE GESTIÓN			TIEMPO		COSTO		FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
		INDICADOR	CUMPLE	NO CUMPLE	PROGRAMADO	EJECUTADO	ESTIMADO	REAL		
Reunión con autoridades	Dar a conocer el proyecto	Informes de reuniones	X		19/04/2017	6 días	30,00		Informes	Que no asistan todos los involucrados
Inspecciones de campo	Proyectar ubicaciones	Informes de salidas	X		27/04/2017	4 día	30,00		Informes	Que haya inconvenientes en el espacio previsto
Aprobación	Aceptación del proyecto para continuar	Firma de aprobación	X		03/05/2017	4 días	00,00		Documento de aprobación	Que no sea aprobado
Reunión con artesanos	Lograr la acogida de los artesanos	Informe de reuniones	X		25/05/2017	12 días	100,00		Firmas de asistencia	Que no asistan todos los artesanos
Notas de prensa	Informar a la comunidad	Transmisión de la noticia en medios	X		29/05/2017	2 días	00,00		Notas de prensa	Que no asista toda la prensa convocada
Publicación y divulgación a la comunidad	Presentación de publicidad	Informe	X		31/05/2017	2 días	50,00		Presentación de material promocional	Que no se entere toda la comunidad
Envío de invitaciones a empresarios y autoridades	Lograr la presencia de autoridades	Recibidos de invitaciones			02/06/2017	2 días	20,00		Documentos recibidos	Que se logre entregar a tiempo las invitaciones

Tabla 80.
Matriz programación del evento.

PROGRAMACIÓN DEL EVENTO										
ACTIVIDAD	METAS	INDICADORES DE GESTIÓN			TIEMPO		COSTO		FUENTES DE VERIFICACIÓN	DE SUPUESTOS
		INDICADOR	CUMPLE	NO CUMPLE	PROGRAMADO	EJECUTADO	ESTIMADO	REAL		
Inauguración	Contar con la presencia de turistas y autoridades	Informes	X		22/09/2017	1 días	200,00		Informes	Haya retraso en la hora planteada
Desarrollo de la Bienal	Cumplir con el objetivo planteado	Informes, fotografías	X		22-23 y 24 de 08/2017	3 día	100,00		Informes	Inconvenientes climáticos
Cierre	Reconocer el trabajo artesanal	Informes	X		24/08/2017	1 días	50,00		Informes	Que se finalice antes de la hora indicada

4.10 Presupuesto de la propuesta

**Tabla 81.
Presupuesto.**

COMPONENTES/RUBROS	FUENTES DE FINANCIAMIENTO (dólares)						TOTAL
	Externas		Internas				
	Crédito	Cooperación	Crédito	Fiscales	Autogestión	A. Comunidad	
Prensa escrita y televisiva		2 000,00		4 000,00			6 000,00
Material promocional				3 000,00			3 000,00
Equipos audiovisuales y de sonido				800,00			800,00
Construcción de stands				4 000,00			4 000,00
Transporte y movilización				600,00			600,00
TOTAL							14 400,00

4.10.1 Alcance al presupuesto de los costos de riesgo de la propuesta

Tabla 82.
Alcance al presupuesto.

Fase	Riesgo	Costo
Contrataciones	Aumento tiempo de publicidad	500,00
	Material promocional insuficiente	200,00
	Incumplimiento en la contratación de equipos audiovisuales y de sonido	50,00
	Incremento de stands	500,00
	Falta de transporte	50,00
Asignación de riesgos		1 300,00

4.11 Análisis de sostenibilidad

Es necesario mencionar la importancia de alianzas público-privada/comunitaria para impulsar el desarrollo del turismo cultural en Pujilí además de poder consolidar la Bienal dentro de la población.

Desde la perspectiva económica la “*Bienal de Puxill*” se plantea como una oportunidad para los artesanos y para el GAD de Pujilí. Es decir, como una vitrina para mostrar las artesanías y poderlas comercializar, el desarrollo se presenta como un ciclo de vida largo, en donde el cambio y aceptación se podrá medir conforme pase un par de años. Teniendo como referencia la Feria de Finados de La Victoria, en donde los artesanos preparan sus productos durante un año y logran alcanzar un 60% en ventas durante los tres días de exhibición. Es decir, con la Bienal se puede conseguir establecer otra fecha en donde los artesanos de las tres parroquias alcancen mejorar sus ingresos. En el caso de GAD, los beneficios económicos se presentan por el efecto multiplicador que conlleva esta clase de programaciones, en donde no solo se benefician los artesanos, sino que también aquellas personas que prestan servicios de alimentación u otros.

Dentro del factor ambiental, las artesanías de la parroquia La Matriz y Zumbahua no presentan ninguna amenaza medioambiental, es decir la materia prima que se emplea en la elaboración de las artesanías no provienen de plantas o animales en peligro de extinción y tampoco causan daño a la salud. En el caso de las artesanías de la parroquia La Victoria existe un precedente en la utilización de plomo para dar brillo a sus productos lo que

ocasionaba graves daños a la salud como problemas intelectuales. Además, se atribuye a la combustión de los hornos de leña problemas respiratorios. Es por ello que casi el 90% de artesanos de La Victoria han mejorado los procesos de elaboración y materiales empleados.

En el ámbito social la dinámica se presenta en la utilización de recursos propios del cantón, es decir, la participación directa de los artesanos de las tres parroquias involucradas, donde no se atente a sus conocimientos y costumbres ancestrales. Además de la oportunidad de reconocer y valorar la historia y técnica artesanal que representa un producto.

CONCLUSIONES

Una vez concluido el trabajo de investigación, se han llegado a las siguientes conclusiones:

- Las bases teóricas relacionadas con el turismo cultural y oferta de artesanías, permitió la comprensión y análisis de las variables y dimensiones en estudio de una forma clara y precisa, cuyas concepciones ayudaron a orientar hacia la organización de información descubriendo la relación del problema con las teorías ya existentes.
- Por medio del diagnóstico cualitativo de las artesanías de las parroquias La Victoria, La Matriz y Zumbahua se estableció una base de datos, que permita entender la situación en la que se encuentra la actividad artesanal en relación al turismo, concluyendo que, dependiendo de la ubicación de las artesanías, éstas tienen mayor o menor incidencia dentro del turismo cultural o generar flujos significativos de turistas.
- La recolección y análisis de resultados, permitió entender que solo el 1% del total de turistas encuestados considera a las artesanías como un atractivo turístico de mayor interés; a esto se debe añadir que solo el 8% visitan centros artesanales cuando se encuentra en Pujilí, mientras que el 92% realiza otros tipos de actividades. Se debe recalcar también que, si bien el 67% respondieron si conocen las artesanías del cantón, no conocen todos conocen la diversidad de artesanías y las parroquias donde se elaboran. Mientras que en las encuestas realizadas a artesanos coincidían que la venta es estacional y que las ferias productivas es donde más artesanías se venden.
- Se plantea como propuesta, una exposición unificada de las artesanías del cantón, denominada "*Bienal de Puxilí*", donde participarán artesanos de las parroquias La Matriz, La Victoria y Zumbahua a quienes se realizará un reconocimiento por la actividad realizada. La propuesta formula 4 fases que abarca 22 actividades contempladas dentro de un tiempo de 72 días con un presupuesto estimado de USD 14 400,00.

RECOMENDACIONES

- Para la comprensión y análisis de la información cultural y de las artesanías se recomienda que la lectura inicie desde los conceptos jerárquicos, es decir de macro a micro.
- Con respecto al diagnóstico es imprescindible analizar las tablas, en donde se va detallando paso la actividad artesanal de las tres parroquias de forma separada. Dependiendo de los artesanos la información citada puede tener algún tipo de variación.
- Con respecto a la recolección y análisis de resultados, se recomienda leer las interpretaciones de las tablas y gráficos. Se puede relacionar ciertas preguntas realizadas a turistas con las planteadas a los artesanos mismas que pueden direccionar a una misa conclusión.
- La propuesta planteada requiere la participación de todos los stakeholders o actores, además las actividades deben tener un plazo y una prioridad encaminado al alcance del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

- Artistas Plásticos Cantón Pujilí. (2014). Artistas Plásticos Cantón Pujilí *Revista Artistas Plásticos Cantón Pujilí*. 12-14.
- Aulet, S. S., & J., K. H. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados una propuesta para los santuarios de Catalunya. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 63.
- Ávila Macedo, J. J. (2006). *Economía*. México, D.F.: Umbral.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: PEARSON.
- Colvin, J. (2004). *Arte de Tigua*. Quito: ABYA-YALA.
- Crespi Vallbona, M., & Planells Costa, M. (2003). *Patrimonio Cultural*. España: SINTESIS.
- G. M. (2012). *Principios de Economía*. México, D.F.: Cengage Learning Editores.
- González, C. M. (2006). *Arte y Cultura Popular*. Cuenca: ISBN.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo , G. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito: DIMERINO EDITORES.
- Jácome, C. E. (2009). *Monografía del Cantón Pujilí*. Quito: Abya-Yala.
- Jiménez, P. (2014). *Deporte y Turismo*. Madrid: SÍNTESIS.
- Luzuriaga, J. (2011). *Manual de investigación*. Quito: Iberia.
- Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. Monterrey: Cengage Learning.
- Naranjo, M. (1983). *Cultura Popular en el Ecuador*. Quito: CIDAP.

- Naranjo, M. (1996). *La Cultura Popular en el Ecuador*. Quito: Cidap.
- Olmos, D. (18 de 10 de 2015). Artesanías La Matriz. (D. Acurio, Entrevistador)
- Parkin, M. (2006). *Microeconomía*. Pearson.
- Pulido Fernández, J. I., De la Calle, V. M., & Velasco González, M. (2013). *Turismo Cultural*. Madrid: SíNTESIS
- Schettino Vélez, M. (2002). *Introducción a la economía para no economistas*. México, D.F.: Pearson Education.
- Segovia, F. (2002). *Artesanías y cultura*. Ecuador: Santillana.
- Ugsha, O. Q. (5 de Julio de 2016). *Comercialización de artesanías en Pujilí*. (D. A. Chicaiza, Entrevistador)
- Unidad de Educación y Cultura del GAD municipal del cantón Pujilí. (2013). Pujilí Historia y Tradición. *Nuestra Identidad*, 8-9-31.

LINKGRAFÍA

- Alfonso, M. P. (Octubre de 2003). *Scielo Brasil*. Obtenido de Scielo Brasil: Recuperado el 16 de febrero del 2017: <http://www.scielo.br>
- ArteEspaña. (Mayo de 2006). *ArteEspaña.com*. Obtenido de ArteEspaña.com: Recuperado el 7 de enero del 2017: <http://www.arteespana.com/artenaif.htm>
- Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: Recuperado el 11 de abril del 2015: <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

- Barrorodado. (2012). *Barrorodado*. Obtenido de Barrorodado: Recuperado el 15 de diciembre del 2016: <http://www.barrorodado.com.ar>
- Bienal de Cuenca. (26 de Agosto de 2016). *bienaldecuenca.org*. Obtenido de bienaldecuenca.org: Recuperado el 12 de agosto del 2016: <http://www.bienaldecuenca.org/>
- Definición ABC. (2007). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC: Recuperado el 16 de febrero del 2017: <http://www.definicionabc.com>
- Eco-finanzas. (2013). *Eco-finanzas*. Obtenido de Eco-finanzas: Recuperado el 16 de febrero del 2017: <http://www.eco-finanzas.com>
- Ecuador. Leyes y decretos. (20 de Marzo de 1997). Ley de Defensa del Artesano. Quito: Ecuador. Obtenido de unesco.org: Recuperado el 08 de febrero del 2017: http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ecuador_codificacion_ley_defensa_artesano_20_03_1997_spa_orof.pdf
- Ecuador. Leyes y decretos. (27 de Diciembre de 2002). Ministerio de Turismo. *Ley de Turismo*. Quito, Ecuador. Obtenido de Ministerio de Turismo: Recuperado el 19 de junio del 2015: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Ecuador. Leyes y decretos. (19 de Noviembre de 2014). Ley de Patrimonio Cultural. Quito, Ecuador. Obtenido de patrimonio.quito.gob.ec: Recuperado el 16 de julio del 2015: http://www.patrimonio.quito.gob.ec/images/lotaip2015/enero/ley_patrimonio_cultural.pdf
- Ecuador. Leyes y decretos. (2016). Ley de Cultura. Quito, Ecuador. Obtenido de culturaec: Recuperado el 16 de julio del 2016: https://es.scribd.com/document/19810970/Version-Final-Ley-de-Cultura#fullscreen&from_embed

- Ecuador. Leyes y decretos. Asamblea Nacional Constituyente. (20 de 10 de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Recuperado el 13 de febrero del 2016: http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Ecuador. Ministerio de Turismo. (2007). Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible. *PLANDETUR 2020*. Obtenido de Ministerio de Turismo: Recuperado el 17 de abril del 2016: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ecuador. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. Quito, Ecuador. Obtenido de SENPLADES: Recuperado el 16 de febrero del 2017: <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- Enciclopedia de Economía. (2009). *La gran Enciclopedia de Economía*. Obtenido de La gran Enciclopedia de Economía: Recuperado el 16 de febrero del 2016: <http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm>
- Erazo, S. (2014). *Artesanías Ecuador*. Obtenido de tvecu.com: Recuperado el 16 de febrero del 2016: <http://tvecu.com/artesantias-de-ecuador>
- Francés Sempere, E. (s.f.). *Lne.es*. Obtenido de Lne.es: Recuperado el 16 de septiembre del 2015: <http://www.lne.es/aviles/2009/04/16/aviles-alfareria-condenada-desaparecer-jovenes-botijo/746396.html>
- Gómez, X. C., & Casa, A. R. (28 de Junio de 2003). *Repositorio Digital Universidad Tecnológica Equinoccial*. Obtenido de Repositorio Digital Universidad Tecnológica Equinoccial: Recuperado el 16 de febrero del 2015: <http://www.repositorio.ute.edu.ec>

- Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural y Ecuador. Ministerio de Industria Y Productividad. (2010). *Artesanía patrimonial: oficios tradicionales ecuatorianos*. Quito. Recuperado el 16 de febrero del 2017: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros>
- Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural-INPAC. (Abril de 2010). *Curso de capacitación artesanal paso a paso: currículo y recursos didácticos*. Obtenido de Recuperado el 19 de febrero del 2016: <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/135250-opac>
- México, D.F.: Fondo Nacional para el fomento de las artesanías FORNAT. (2014). *FORNAT.GOV.MX*. Obtenido de FORNAT.GOV.MX: Recuperado el 16 de febrero del 2017: https://www.fonart.gob.mx/web/index.php?option=com_content&view=article&id=49&Itemid=96
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. (6-8 de Octubre de 1997). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: Recuperado el 16 de febrero del 2015: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=35418&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (s.f.). *unesco.org*. Obtenido de unesco.org: Recuperado el 16 de agosto del 2016: <http://www.unesco.org/culture/ich/es/tecnicas-artesanales-tradicionales-00057>
- Organización Mundial del Turismo . (2007). *Organización Mundial del Turismo* . Obtenido de Organización Mundial del Turismo : Recuperado el 16 de febrero del 2017: <http://www.unwto.org>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. (17 de Octubre de 2003). Recuperado el 16 de

febrero del 2017: <http://www.unesco.org>. Obtenido de www.unesco.org:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. (2016). www.unesco.org. Obtenido de Recuperado el 15 de junio del 2016: <http://www.unesco.org>: <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/outline/>
- Ponce, A. (2010). [palermo.edu](http://www.palermo.edu). Obtenido de [palermo.edu](http://www.palermo.edu): Recuperado el 16 de febrero del 2016: [http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/108-ponce-annabella.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis_completas/108-ponce-annabella.pdf)
- Revista ARQHYS. (12 de 2012). [RevistaARQHYS.com](http://www.arqhys.com). Obtenido de [Revista ARQHYS.com](http://www.arqhys.com): Recuperado el 16 de febrero del 2017: <http://www.arqhys.com/contenidos/artesanas-en-madera.html>
- Rodríguez, M. C., Talaya, Á. E., & Martínez, E. A. (2011). *Revista de Análisis Turístico*. Obtenido de *Revista de Análisis Turístico*: Recuperado el 07 de julio del 2016: <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/109/101>
- Sulvarán, E. (s.f.). *Diario del Hotelero*. Obtenido de *Diario del Hotelero*: Recuperado el 03 de febrero del 2016: <http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticias/detalle/turismo->
- Viera, N. M. (Enero de 2015). *Scielo*. Obtenido de *Scielo*: Recuperado el 16 de febrero del 2017: <http://www.scielo.com.ar>
- Vizcaíno, A. G. (2003). *Repositorio Digital Universidad Tecnológica Equinoccial*. Obtenido de *Repositorio Digital Universidad Tecnológica Equinoccial*: Recuperado el 16 de febrero del 2017: <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/13454>

ANEXOS



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la Srta. **DORIS
CONSUELO ACURIO CHICAIZA**.

En la ciudad de Latacunga a los 2 día del mes de marzo del 2017.

APROBADO POR:


Ing. Angélica González
DIRECTORA DEL PROYECTO


Ing. Carlos Albán
DIRECTOR DE CARRERA




Dr. Juan Carlos Díaz
SECRETARIO ACADÉMICO