



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**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

AUTOR: ALBÁN CAISA, JIMENA ELIZABETH

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE
DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI
EN EL CANTÓN SAQUISILÍ.**

DIRECTOR: ING. GONZÁLEZ, ANGÉLICA

CODIRECTOR: ING. CEVALLOS, CARLA

LATACUNGA, MAYO, 2014

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICADO

ING. ANGÉLICA GONZÁLEZ (Directora)

ING. CARLA CEVALLOS (Codirectora)

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL CANTÓN SAQUISILÍ”**, realizado por Jimena Elizabeth Albán Caisa ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat pdf. Autorizan a Jimena Elizabeth Albán Caisa realizar la entrega al Ing. Geovany Acosta, en su calidad de Director de la Carrera.

Latacunga, 26 de Mayo del 2014.

Ing. Angélica González
DIRECTORA

Ing. Carla Cevallos
CODIRECTORA

UNIVERSIDAD DE LA FUERZAS ARMADAS - ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Jimena Elizabeth Albán Caisa.

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL CANTÓN SAQUISILÍ”**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

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

Latacunga, 26 de Mayo del 2014.

Jimena Elizabeth Albán Caisa.

C.C.No: 050349189-6

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Yo, Jimena Elizabeth Albán Caisa

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE la publicación en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL CANTÓN SAQUISILÍ”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Latacunga, 26 de Mayo del 2014.

Jimena Elizabeth Albán Caisa.

C.C.No: 050349189-6

DEDICATORIA

En este trabajo se refleja todo el esfuerzo diario durante el desarrollo de mi carrera universitaria, por ello quiero dedicarlo a quienes forman parte de este logro importante de mi vida:

A Dios por encaminarme siempre por el camino correcto y por haberme dado grandes oportunidades durante el transcurso de la carrera universitaria.

Con gran satisfacción, a mis Padres Juan y Lucrecia, por su ejemplo de perseverancia y superación, por su gran apoyo incondicional en todo momento y por haberme formado bajo sus valores y principios.

A mis hermanos Santiago y Mónica por ser un ejemplo a seguir, por su apoyo, preocupación y paciencia a lo largo de mi vida estudiantil.

A toda mi familia que de una u otra manera me apoyaron siempre para culminar con esta meta.

Jimena

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todas aquellas personas que me brindaron su apoyo para que el presente trabajo llegue a su culminación, por ello agradezco:

A Dios por haberme concedido la vida, por iluminarme con la sabiduría necesaria para culminar mis estudios universitarios.

A mis Padres Juan y Lucrecia por haberme brindado su apoyo en cada momento de mi vida y por su constante preocupación.

A mis hermanos Santiago y Mónica por sus consejos y apoyo en todo momento.

A mi familia y amigos que han contribuido para que este trabajo llegue a culminarse con éxito.

A todos los docentes que durante el transcurso de la carrera me impartieron sus conocimientos, de manera especial un agradecimiento profundo a la Ing. Angélica González y a la Ing. Carla Cevallos por su apoyo y guía durante la elaboración del trabajo de tesis.

A todas las personas que durante el proceso de investigación me facilitaron la información necesaria para el desarrollo del trabajo.

Jimena

ÍNDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PÁGINA
CARÁTULA.....	i
CERTIFICADO	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE CUADROS	xiv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xix
ÍNDICE DE ECUACIONES.....	xxi
ÍNDICE DE ANEXOS	xxi
RESUMEN.....	xxii
SUMMARY	xxiii

PRELIMINARES

INTRODUCCIÓN.....	1
TEMA DEL PROYECTO	1
OBJETIVOS.....	2
HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER.....	2
IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN.....	2
MARCO TEÓRICO	3

MARCO REFERENCIAL	11
MARCO CONCEPTUAL	13
MARCO LEGAL	14

CAPÍTULO 1

1. DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

1.1	RESEÑA HISTÓRICA DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL	18
1.2	ARTESANÍAS DE LA PROVINCIA	19
1.3	SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ARTESANÍAS Y POTENCIAL DE COMERCIALIZACIÓN	25
1.3.1	Artesanías de la provincia según materia prima utilizada	26
1.3.1.1	Cerámica.....	26
1.3.1.2	Alfarería	28
1.3.1.3	Totora.....	30
1.3.1.4	Productos de Cabuya.....	32
1.3.1.5	Jergas de Algodón	33
1.3.1.6	Paja.....	34
1.3.1.7	Pintura.....	35
1.3.1.8	Madera.....	37
1.3.1.9	Carrizo	39
1.3.1.10	Lana.....	40
1.3.1.11	Cedazos.....	41
1.3.1.12	Panela.....	42
1.3.2	Artesanías de mayor comercialización.....	42

1.4	COMPETITIVIDAD DE LAS ARTESANÍAS DE COTOPAXI.....	44
1.5	ORGANIZACIONES DEL SECTOR ARTESANAL	46

CAPÍTULO 2

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	47
2.2	OBJETIVOS.....	47
2.2.1	Objetivo General	47
2.2.2	Objetivos Específicos.....	47
2.3	IDEA A DEFENDER.....	48
2.4	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
2.4.1	Tipo de investigación	48
2.4.2	Métodos de la investigación	48
2.4.3	Fuentes de Información	49
2.4.4	Análisis de técnicas e instrumentos	49
2.4.5	Determinación de la población de estudio	49
2.4.5.1	Análisis para turistas	49
2.4.5.2	Análisis para artesanos.....	50
2.4.6	Cálculo de la muestra	51
2.4.7	Tipo de muestreo	52
2.4.8	Diseño del instrumento (Encuesta)	55
2.5	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	55
2.5.1	Tabulación y análisis de datos obtenidos de turistas	55
2.5.2	Tabulación y análisis de datos obtenidos de artesanos	73
2.5.3	Resultados de las encuestas realizadas	85

2.6	ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	87
2.6.1	Proyección de la demanda anual de turistas	87
2.7	ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	89
2.7.1	Proyección de la oferta anual.....	90
2.8	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	93
2.8.1.	Competencia Directa.....	93
2.8.2	Competencia Indirecta	93
2.9	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	95
2.10	ANÁLISIS DEL SERVICIO Y PRECIOS	95
2.11	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	96
2.11.1	Producto.....	97
2.11.2	Precio.....	98
2.11.3	Plaza.....	99
2.11.4	Comunicación	100

CAPÍTULO 3

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	106
3.1.1	Factores que influyen en la localización del proyecto	106
3.1.1.1	Macrolocalización	106
3.1.1.2	Microlocalización.....	108
3.2	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.....	114
3.2.1	Tamaño de la infraestructura	114
3.2.2	Tamaño propuesto para cada área	116
3.2.3	Tamaño y requerimiento de equipos, muebles y enseres.....	118

3.2.4	Capacidad instalada.....	121
3.2.5	Tamaño y mercado	123
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	125
3.3.1	Proceso de prestación del servicio	125
3.3.1.1	Flujograma de prestación del servicio.....	129
3.3.2	Requerimientos de recursos humanos.....	129
3.4	ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL	130
3.4.1	Ficha Ambiental	131
3.4.2	Identificación de los principales impactos ambientales	134
3.4.2.1	Acciones del proyecto	135
3.4.2.2	Medidas ambientales	139

CAPÍTULO 4

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

4.1	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	142
4.1.1	Planeación	142
4.1.1.1	Misión.....	142
4.1.1.2	Visión	143
4.1.1.3	Objetivos	143
4.1.1.4	Estrategias.....	144
4.1.1.5	Políticas	145
4.1.1.6	Valores.....	146
4.1.1.7	Principios	146
4.1.2	Organización.....	148
4.1.2.1	Descripción de funciones del personal.....	149

4.1.3	Dirección	151
4.1.4	Control	153
4.2	ASPECTOS LEGALES	154
4.2.1	Requisitos	155

CAPÍTULO 5

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1	ASPECTOS GENERALES.....	157
5.2	INVERSIONES DEL PROYECTO	157
5.2.1	Inversiones fijas	157
5.2.1.1	Activo fijo o tangible	157
5.2.1.2	Total de inversiones fijas.....	159
5.2.1.3	Depreciaciones de activos fijos.....	159
5.2.2	Inversión diferida.....	162
5.2.2.1	Activo diferido o intangible	162
5.2.2.2	Total de inversiones diferidas	163
5.2.2.3	Amortizaciones de activos diferidos	163
5.2.3	Total inversiones fijas y diferidas	165
5.3	GASTOS ADMINISTRATIVOS	165
5.3.1	Sueldos administrativos del personal del centro	166
5.3.2	Garantía y arriendo del local	169
5.3.3	Servicios básicos del local	169
5.3.4	Suministros de aseo y limpieza.....	170
5.3.5	Suministros y útiles de oficina	170
5.4	CAPITAL DE TRABAJO PRE-OPERATIVO	171

5.5	TOTAL INVERSIÓN.....	171
5.6	FINANCIAMIENTO	172
5.7	PRESUPUESTO DE OPERACIÓN	174
5.7.1	Presupuesto de ingresos	174
5.7.1.1	Determinación del precio de ingreso al centro	174
5.7.2	Presupuesto de egresos	177
5.8	PUNTO DE EQUILIBRIO	179
5.9	FLUJO DE CAJA ANUAL PROYECTADO.....	180
5.10	PROYECCIÓN DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	181
5.11	EVALUACION FINANCIERA	182
5.11.1	Valor actual neto (VAN)	183
5.11.2	Tasa interna de retorno (TIR).....	185
5.11.3	Relación beneficio costo	186
5.11.4	Período de recuperación de la inversión.....	187
5.11.5	Resumen análisis financiero del proyecto.....	188
	CONCLUSIONES.....	190
	RECOMENDACIONES	192
	BIBLIOGRAFÍA.....	194
	LINKGRAFÍA	198
	ANEXOS.....	200

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1A: Tipos de Artesanías.....	5
Cuadro N°1B: Museos Artesanales del País	11
Cuadro N°1.1: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Latacunga	20
Cuadro N°1.2: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Saquisilí.....	21
Cuadro N°1.3: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Pujilí	22
Cuadro N°1.4: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Sigchos	23
Cuadro N°1.5: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Salcedo	23
Cuadro N°1.6: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Pangua.....	24
Cuadro N°1.7: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal La Maná	24
Cuadro N° 1.8: Artesanías de acuerdo a su Comercialización	43
Cuadro N° 1.9: Análisis FODA de las Artesanías de la provincia de Cotopaxi.....	45
Cuadro N° 1.10: Organizaciones del Sector Artesanal en la Provincia de Cotopaxi.....	46
Cuadro N° 2.1: Competencia Indirecta	94
Cuadro N° 2.2: Análisis del servicio y precios de la competencia indirecta....	96
Cuadro N° 3.1: Ficha Ambiental	132
Cuadro N° 3.2: Medidas Ambientales.....	140
Cuadro N°4.1: Requisitos de Constitución del Centro	156
Cuadro N° 5.1: Criterios para el análisis del VAN.....	183

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 2.1: Registro de visitas a las áreas protegidas de la provincia de Cotopaxi.....	50
Tabla N° 2.2: Número de Artesanos de la provincia de Cotopaxi de acuerdo a los grupos de ocupación	51
Tabla N° 2.3: Número de encuestas para turistas por área protegida	54
Tabla N° 2.4: Número de encuestas para artesanos por cantón	54
Tabla N° 2.5: Pregunta A1	56
Tabla N° 2.6: Edad: Pregunta B1	57
Tabla N° 2.7: Pregunta C1.....	58
Tabla N° 2.8: Pregunta D1.....	59
Tabla N° 2.9: Pregunta 1	60
Tabla N° 2.10: Pregunta 2	61
Tabla N° 2.11: Pregunta 3	62
Tabla N° 2.12: Pregunta 4	63
Tabla N° 2.13: Pregunta 5	64
Tabla N° 2.14: Pregunta 6	65
Tabla N° 2.15: Pregunta 7	66
Tabla N° 2.16: Pregunta 8	67
Tabla N° 2.17: Pregunta 9	68
Tabla N° 2.18: Pregunta 10	69
Tabla N° 2.19: Pregunta 11	70
Tabla N° 2.20: Pregunta 12	71
Tabla N° 2.21: Pregunta 13	72
Tabla N° 2.22: Pregunta A2.....	73

Tabla N° 2.23: Pregunta B2.....	74
Tabla N° 2.24: Pregunta 1	75
Tabla N° 2.25: Pregunta 2	76
Tabla N° 2.26: Pregunta 3	77
Tabla N° 2.27: Pregunta 4	78
Tabla N° 2.28: Pregunta 5	79
Tabla N° 2.29: Pregunta 6	80
Tabla N° 2.30: Pregunta 7	81
Tabla N° 2.31: Pregunta 8	82
Tabla N° 2.32: Pregunta 9	83
Tabla N° 2.33: Pregunta 10	84
Tabla N° 2.34: Método de Mínimos Cuadrados para la Proyección de la Demanda	88
Tabla N° 2.35: Proyección de la demanda anual de turistas	89
Tabla N° 2.36: Establecimientos y ferias artesanales.....	90
Tabla N° 2.37: Método de Mínimos Cuadrados para la Proyección de la Oferta	91
Tabla N° 2.38: Proyección de la oferta anual de visitas a establecimientos y ferias artesanales	92
Tabla N° 2.39: Demanda potencial insatisfecha mensual	95
Tabla N° 3.1: Matriz de Macrolocalización	108
Tabla N° 3.2: Matriz de Microlocalización.....	110
Tabla N° 3.3: Tamaño para cada área del Centro	118
Tabla N° 3.4: Mamparas divisoras para cada área del Centro	119
Tabla N° 3.5: Equipos, muebles y enseres para el Área de Recepción	119

Tabla N° 3.6: Muebles y enseres para el Área de Ventas	120
Tabla N° 3.7: Muebles y enseres para el Área del Taller Demostrativo	120
Tabla N° 3.8: Muebles y enseres para el Área de Interacción entre Artesanos y Turistas	121
Tabla N° 3.9: Muebles y enseres para el Área de Bodega.....	121
Tabla N° 3.10: Capacidad Instalada diaria, semanal y anual	122
Tabla N° 3.11: Tamaño del Centro de acuerdo al Mercado	124
Tabla N° 3.12: Matriz de Identificación de Impactos Ambientales.....	137
Tabla N° 3.13: Resultados de la Matriz de Identificación de Impactos Ambientales	138
Tabla N° 5.1: Muebles y Enseres	158
Tabla N° 5.2: Equipo de Oficina	158
Tabla N° 5.3: Equipo de Cómputo.....	159
Tabla N° 5.4: Total Inversiones Fijas.....	159
Tabla N° 5.5: Tiempo de vida útil y porcentaje de depreciación.....	160
Tabla N° 5.6: Depreciación Anual de Activos Fijos.....	161
Tabla N° 5.7: Gastos de Constitución.....	162
Tabla N° 5.8: Gastos del Estudio de Factibilidad.....	162
Tabla N° 5.9: Total Inversiones Diferidas	163
Tabla N° 5.10: Porcentaje de amortización anual.....	163
Tabla N° 5.11: Amortización Anual de Activos Diferidos	164
Tabla N° 5.12: Total Inversiones Fijas y Diferidas	165
Tabla N° 5.13: Rol de Pagos Mensual.....	167
Tabla N° 5.14: Provisión de Beneficios Sociales	168
Tabla N° 5.15: Arriendo del Local.....	169

Tabla N° 5.16: Servicios Básicos.....	169
Tabla N° 5.17: Suministros de Aseo y Limpieza.....	170
Tabla N° 5.18: Suministros y Útiles de Oficina	170
Tabla N° 5.19: Capital de Trabajo Pre-operativo	171
Tabla N° 5.20: Total Inversión	172
Tabla N° 5.21: Estructura de Financiamiento	172
Tabla N° 5.22: Tabla de Amortización	173
Tabla N° 5.23: Costos Fijos y Variables	175
Tabla N° 5.24: Determinación del Precio de Ingreso.....	175
Tabla N° 5.25: Estimación de Visitas al Centro	176
Tabla N° 5.26: Ingresos del Centro	177
Tabla N° 5.27: Egresos del Centro	178
Tabla N° 5.28: Cálculo del Punto de Equilibrio.....	180
Tabla N° 5.29: Proyección del Flujo de Caja	181
Tabla N° 5.30: Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias	182
Tabla N° 5.31: Indicadores Económicos para la TMAR.....	183
Tabla N° 5.32: Cálculo de los Flujos de Caja del VAN	184
Tabla N° 5.33: Cálculo del VAN.....	185
Tabla N° 5.34: Cálculo de la TIR	186
Tabla N° 5.35: Datos para el cálculo de Relación Beneficio Costo	187
Tabla N° 5.36: Tabla del Período de Recuperación de la Inversión	188
Tabla N° 5.37: Indicadores Financieros de Evaluación	189

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 2.1: Pregunta A1	56
Gráfico N° 2.2: Pregunta B1	57
Gráfico N° 2.3: Pregunta C1	58
Gráfico N° 2.4: Pregunta D1	59
Gráfico N° 2.5: Pregunta 1.....	60
Gráfico N° 2.6: Pregunta 2.....	61
Gráfico N° 2.7: Pregunta 3.....	62
Gráfico N° 2.8: Pregunta 4.....	63
Gráfico N° 2.9: Pregunta 5.....	64
Gráfico N° 2.10: Pregunta 6.....	65
Gráfico N° 2.11: Pregunta 7.....	66
Gráfico N° 2.12: Pregunta 8.....	67
Gráfico N° 2.13: Pregunta 9.....	68
Gráfico N° 2.14: Pregunta 10.....	69
Gráfico N° 2.15: Pregunta 11.....	70
Gráfico N° 2.16: Pregunta 12.....	71
Gráfico N° 2.17: Pregunta 13.....	72
Gráfico N° 2.18: Pregunta A2	73
Gráfico N° 2.19: Pregunta B2	74
Gráfico N° 2.20: Pregunta 1.....	75
Gráfico N° 2.21: Pregunta 2.....	76
Gráfico N° 2.22: Pregunta 3.....	77
Gráfico N° 2.23: Pregunta 4.....	78
Gráfico N° 2.24: Pregunta 5.....	79

Gráfico N° 2.25: Pregunta 6.....	80
Gráfico N° 2.26: Pregunta 7.....	81
Gráfico N° 2.27: Pregunta 8.....	82
Gráfico N° 2.28: Pregunta 9.....	83
Gráfico N° 2.29: Pregunta 10.....	84
Gráfico N° 2.30: Visita a las Áreas Protegidas (Demanda)	88
Gráfico N° 2.31: Mercado captado por la Oferta.....	91
Gráfico N° 2.32: Imagen Corporativa el Centro	102
Gráfico N°3.1: Identificación de la provincia de Cotopaxi	106
Gráfico N°3.2: Cantones de la provincia de Cotopaxi.....	107
Gráfico N° 3.3: Mapa de Microlocalización	112
Gráfico N° 3.4: Ubicación para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal.....	113
Gráfico N° 3.5: Plano del Tamaño de la Infraestructura para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal	115
Gráfico N° 3.6: Plano de Distribución de la Planta para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal.....	117
Gráfico N° 3.7: Plano del Diseño de los Servicios del Centro.....	128
Gráfico N° 3.8: Flujograma de Prestación del Servicio	129
Gráfico N° 4.1: Organigrama del Centro de Difusión y Promoción Artesanal.....	148
Gráfico N° 5.1: Punto de Equilibrio	180

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 2.1: Cálculo de la Muestra	51
Ecuación 2.2: Afijación Proporcional de la Muestra.....	53
Ecuación 2.3: Proyección lineal.....	89
Ecuación 5.1: Punto de equilibrio	179
Ecuación 5.2: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento	183
Ecuación 5.3: Valor Actual Neto	184
Ecuación 5.4: Relación Beneficio Costo	187
Ecuación 5.5: Recuperación de la Inversión.....	188

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N°01: Modelos de Encuestas para Turistas	200
Anexo N°02: Modelo de Encuesta para Artesanos.....	208
Anexo N°03: Establecimientos Artesanales de la Provincia de Cotopaxi	212
Anexo N°04: Cotizaciones de muebles, enseres y equipos para el Centro.....	241
Anexo N°05: Fichas de observación de campo en la feria comercial del cantón Saquisilí	244
Anexo N°06: Factores Ambientales.....	248
Anexo N°07: Proyecciones.....	249

RESUMEN

El proyecto de investigación, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DEL CENTRO DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI EN EL CANTÓN SAQUISILÍ”**, considera de forma inicial el diagnóstico de la actividad artesanal de la provincia a través de la determinación de la situación actual de las elaboraciones artesanales y su potencial de comercialización. Se generó un estudio de mercado, datos obtenidos por medio de la aplicación de encuestas tanto a turistas que visitan la provincia y a los artesanos que aún continúan con el legado artesanal. Se determinó la propuesta técnica, administrativa y legal para el correcto funcionamiento del Centro de Difusión y Promoción Artesanal. Finalmente se efectuó un estudio financiero, que tras varios análisis en cuanto a inversión inicial, gastos administrativos anuales y proyecciones de flujos de caja permitió visualizar la factibilidad financiera del proyecto, dando la misma como positiva de acuerdo al resultado obtenido del Valor Actual Neto \$2.075,56; la Tasa Interna de Retorno 19%, la relación Beneficio/Costo de \$0.29, y la recuperación de la inversión en el quinto año de vida útil. El presente proyecto es una herramienta de ayuda y aprendizaje para el área cultural y turística, proporcionando información importante de la actividad artesanal de la provincia de Cotopaxi.

Palabras Claves:

Artesanías, turismo, estudio de mercado, análisis técnico, factibilidad financiera.

SUMMARY

The project about investigation “**STUDY OF FACTIBILITY TO CREATION OF THE CENTRE OF ARTISAN DIFFUSION AND PROMOTION OF COTOPAXI PROVINCE IN SAQUISILÍ TOWN**”, considers at the beginning the inventory about the artisan activity of the province based on the determination of the present situation of the elaboration of the handicrafts and its possible commercialization. A study about market was generated, data were gotten by application of surveys to the tourists that visit the province and to the artisans that continue with the artisan heritage. A technical, administrative and lawful proposal was established for the correct functioning of the Artisan Diffusion and Promotion Centre. Finally, a financial study was made after many analysis about initial invest and annual administrative expenses and projections of flows from cash, to watch the financial factibility of the project; it resulted to be positive according to: the result gotten from the Present Net Value \$2.075,56, the Inner Rape of Returning 19%, the relation Benefit/Cost about \$0.29, and the recovery of the invest in the fifth year of useful life. The present project is a tool for helping and learning to the cultural and tourist area, giving important information of the artisan activity of the Cotopaxi province.

Key words:

Handicrafts, tourism, study of the market, technical analysis, financial factibility.

PRELIMINARES

INTRODUCCIÓN

Muchos de los atractivos tanto naturales como culturales del país han sido visitados por turistas nacionales como extranjeros, es así que, la provincia de Cotopaxi se ha constituido como uno de los destinos preferidos del país gracias a la riqueza de recursos que posee.

La actividad artesanal es un aspecto que ha identificado mucho a la provincia, ya que, por varios años en cada uno de los cantones se han venido produciendo elaboraciones únicas sea por los materiales utilizados, por los procesos de producción así como por los diseños muchos de ellos exclusivos y con terminados de calidad. Varios son los ejemplos que se puede citar de los lugares que por décadas se han dedicado a la labor artesanal y que han logrado conservar este legado cultural de sus antepasados, a través de la producción de sus trabajos.

Los lugares de difusión y promoción constituyen uno de los soportes de la actividad turística, ya que, son de gran ayuda para los turistas o visitantes que desean conocer ciertas particularidades a través de una visita, este aspecto se ha identificado con mayor énfasis en lo que respecta a las manifestaciones culturales, por lo que, la actividad artesanal de la provincia al formar parte de las mismas, resultaría muy beneficiada, pues podría ser difundida como parte esencial de la cultura, así como, los productos artesanales con una correcta promoción lograrían trascender fronteras locales y nacionales.

TEMA DEL PROYECTO

Estudio de factibilidad para la creación del Centro de Difusión y Promoción Artesanal de la provincia de Cotopaxi en el cantón Saquisilí.

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de difusión y promoción artesanal de la provincia de Cotopaxi, para la dinamización de esta actividad aprovechando la actividad turística y comercial del cantón Saquisilí.

Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico general de la actividad artesanal en la provincia de Cotopaxi para caracterizar la oferta existente.
- Ejecutar un estudio de mercado para determinar las necesidades y preferencias de la demanda actual y potencial.
- Diseñar un estudio técnico que permita establecer la ubicación y el tamaño adecuado del centro de difusión y promoción artesanal, de acuerdo a los requerimientos de la demanda, para brindar un servicio idóneo.
- Establecer un estudio administrativo-legal determinando la estructura organizacional y legal adecuada para el centro de difusión y promoción artesanal de la provincia de Cotopaxi.
- Realizar un estudio financiero que establezca el nivel de inversión y determine el margen de rentabilidad estimada en el desarrollo empresarial.

HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

El centro de difusión y promoción artesanal de la provincia de Cotopaxi permitirá la comercialización y difusión de las artesanías de una forma organizada.

IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

La actividad artesanal es un recurso que pocas visitas ha recibido de los turistas o visitantes, por lo que en muchas ocasiones se ha descartado por completo que éstas personas adquieran una elaboración que muchas de ellas solo se las realizan en determinados cantones de la provincia de Cotopaxi,

considerando la falta de difusión de este recurso cultural provincial se llega a determinar que sería de gran importancia desarrollar un estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Difusión y Promoción Artesanal, el mismo que podrá facilitar a los turistas la visita a un lugar específico donde encuentren todas las artesanías de la provincia y que a su vez puedan adquirirlas conociendo su procedencia, su proceso de elaboración, características y la importancia y representatividad que cada una de las elaboraciones tienen para los artesanos como para la provincia; tomando en cuenta el aspecto cultural se ve además relevante que para el desarrollo del estudio se considere al cantón Saquisilí como el lugar donde se podría establecer el Centro, ya que, este sector posee características únicas en el tema cultural como comercial, asimismo en este cantón se encuentra un atractivo cultural muy conocido de la provincia como es la Feria de las 7 Plazas que principalmente turistas extranjeros visitan los días jueves. Es importante indicar además que el estado ecuatoriano a través de su Carta Magna conjuntamente con el Plan Nacional del Buen Vivir que es considerado como un Plan Nacional de Desarrollo utilizado actualmente por el Gobierno, también enfoca entre sus objetivos y estrategias para el Buen Vivir al rescate e impulso cultural donde considera al patrimonio tanto intangible como tangible siendo las creaciones artesanales parte de ésta última; por lo que el Estudio de Factibilidad a realizarse se encuentra enmarcado como parte del desarrollo estratégico que el Estado propone, siendo la difusión y promoción de este sector un aspecto clave incluso para ser desarrollado a nivel nacional e internacional como parte de la identidad nacional conjuntamente con un sistema económico sostenible.

MARCO TEÓRICO

La Cultura

Muchos autores coinciden en que la cultura es la forma de vida de una sociedad, pero haciendo referencia a todos los aspectos que forman parte de la forma de vivir de las personas, por lo que se puede decir que ninguna persona,

ni sociedad son incultas, ya que, cualquier ser humano es culto porque participa de una cultura.

Según (Crespi & Planells, 2003) menciona: “La cultura está compuesta por el conjunto de leyes o ideas que forman la base del comportamiento adquirido, de las creencias, de las actitudes, de los valores y de los objetos materiales (o artefactos) que constituyen la manera de vivir.”

Con la definición antes mencionada se puede decir que la cultura es una parte fundamental de una sociedad donde las distintas acciones, creencias, deben relacionarse y todas las actividades que los miembros de ésta realizan, por lo que en este punto hay que distinguir dos aspectos importantes, existen dos componentes al interior de la cultura es así que existen los componentes tangibles y los intangibles que corresponden a la cultura material y a la cultura inmaterial respectivamente; la primera hace referencia a los objetos que elaboran los miembros de una sociedad y la cultura inmaterial se refiere a la parte intangible como son las ideas, valores, percepciones que crean los miembros de una sociedad.

Artesanías

Según, el (CIDAP, 1989), Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares destaca: “Las artesanías son aquellos productos elaborados total o parcialmente a mano y que están confeccionados con materias primas e insumos nacionales o locales y que por lo general incorporan diseños inspirados en factores culturales y regionales”.

Por su parte (Almeida, 2001) menciona que la Artesanía es una creación en la que interviene únicamente la fuerza manual del hombre, destinada a la obtención de un objeto que va a cumplir una función utilitaria en la vida cotidiana.

a) Tipos de Artesanías

Para (Sandoval, 1985), las artesanías pueden clasificarse de la siguiente manera:

Cuadro N° 1A: Tipos de Artesanías

TIPO DE ARTESANÍA	DIFERENCIAS	CARACTERÍSTICAS
Artesanía Artística	Está dedicada a la producción de objetos de arte folclórico y ornamental.	Deben estar combinados la habilidad, la experiencia, el sentido artístico del artesano para hacer una obra.
Artesanía Utilitaria	Satisfacen una necesidad, primordialmente física del individuo o de la comunidad, ya que se compra con cierta regularidad de acuerdo con la frecuencia de su consumo.	El artesano que produce bienes utilitarios debe preocuparse en cuidar de que ésta cumpla con el objeto por el cual están destinados dichos objetos.
Artesanías de Servicios	Es una parte de una división del sector artesanal y no manufactura de bienes, sino de servicios como la reparación, mantenimiento, peluquería, belleza, fotografía, etc.	Éstos son tan necesarios a la comunidad como bienes de producción.

Fuente: (Sandoval, 1985)

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

b) Artesanos y Categorías

Según (Ecuador, 1997), se establece las siguientes categorías:

- 1. Aprendiz:** Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado.
- 2. Operario:** Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller.
- 3. Maestro de Taller:** Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos.

Actividad Turística

“La actividad turística es el conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un visitante, ya sean realizadas en su lugar de origen o en el de acogida; no es solamente cualquier acción desarrollada por los agentes turísticos, sino también por el propio visitante, con el objetivo de satisfacer ciertas motivaciones o necesidades y realizar las acciones programadas en el tiempo libre vacacional”, además, el mismo autor asegura que la actividad turística “son todas aquellas cosas o actividades que el turista quiere hacer durante su estadía en un destino turístico, éstas actividades responden a diferentes expectativas de consumo como servicios de alojamiento y alimentación, actividades de distracción y entretenimiento para que de esta manera dicha actividad sea completa, por su parte éstas actividades se

transforman en el elemento a partir del cual nace, se desarrolla y se justifica la totalidad del sistema turístico.” (Boullón, 1999)

a) Clasificación de los Recursos Turísticos

Según (Turismo, Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, 2004), los recursos turísticos se clasifica en dos grandes grupos:

- Sitios Naturales
- Manifestaciones Culturales

1. Recursos Naturales: Los recursos naturales son los elementos proporcionados por la naturaleza sin intervención por parte del hombre y que a su vez pueden ser aprovechados por el hombre para satisfacer sus necesidades.

2. Recursos Culturales: Los recursos culturales se consideran a las diferentes expresiones culturales que tiene un país, región o pueblo, desde épocas ancestrales tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros.

Ante lo expuesto y tomando como referencia a la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos menciona que en la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

Las Artesanías por su parte son consideradas en la metodología como un subtipo que conforma el tipo Etnográficas, que representa al grupo de atractivos que dan a conocer las expresiones tradicionales que aún tienen vigencia en las costumbres de los pueblos. “Las artesanías entonces están conformadas por los objetos que los moradores de una región elaboran en gran proporción manualmente y utilizando materiales locales”. (Turismo, Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, 2004)

Recursos Turísticos Artesanales

Los recursos son expresiones o manifestaciones culturales del hombre, la artesanía entonces es un recurso turístico del ámbito cultural ya que gracias a su estética y cualidad artística que a su vez identifica al grupo de personas que las elabora, se convierte en un atractivo para las personas, es así que, las artesanías además de ser expendidas como pequeños recuerdos pueden ser promocionadas y exhibidas en determinados lugares como galerías, exposiciones, museos y promovidas como un recurso turístico más.

(Pita & Meier) Menciona: “Los recursos turísticos artesanales son todos aquellos productos que pueden ser considerados como símbolos del folklore o arte popular, los mismos que de cierta manera mantienen las virtudes de las técnicas tradicionales de trabajo, la maravilla de los modelos y diseños antiguos, la belleza y resistencia de las materias primas originalmente empleadas”.

a) Los centros de promoción artesanal como un recurso turístico

En lo que respecta a la promoción artesanal existe una institución que por muchos años ha manejado diferentes áreas de trabajo con varias temáticas en el ámbito artesanal, el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares (CIDAP) en su área de promoción de la identidad y la cultura artesanal tiene como finalidad establecer una relación entre los artesanos/as y la población, que permita la difusión de la producción artesanal y el disfrute de las expresiones estéticas, utilitarias, culturales, artísticas e identidad de las artesanías, creando condiciones para una justa comercialización. Entre los servicios que se manejan en esta área están la sala de exposiciones, tiendas artesanales y el festival de artesanías de América; considerando lo antes mencionado un centro de promoción artesanal proyecta una relación directa entre los turistas o visitantes conjuntamente con los artesanos los mismos que pueden difundir sus conocimientos y tradiciones ancestrales y que a su vez contribuyen a la salvaguardia de la diversidad cultural construyendo de este

modo la identidad colectiva del pueblo o lugar al que pertenecen. “Es importante considerar que con la promoción y difusión artesanal para una justa comercialización, las artesanías se convierten en un importante factor de desarrollo en cuanto que dinamiza las economías locales teniendo la posibilidad de competir con otros mercados internacionales”. (CIDAP, 2013). “Para que un centro de promoción artesanal entonces sea considerado como un recurso turístico en el aspecto cultural debe cumplir tres requisitos para integrar en forma satisfactoria la oferta turística: debe poseer atractivita, cualidad básica que genera el interés por su conocimiento; poseer aptitud, cualidad que define su capacidad para insertarse en la actividad turística; y deben poseer disponibilidad, en tanto condición de accesibilidad temporal, administrativa y física”. (Nakayama, 1993)

b) La artesanía desde la perspectiva económica

La Artesanía es sin duda la actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes o la prestación de servicios, en las que predominan el trabajo manual, resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio que pueda realizar el artesano en su domicilio o fuera de él, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en las características distintivas en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético. (Artesanía en Loreto - Promamazonia, 2008). De cierta manera muchas agrupaciones sociales que se han venido dedicando a esta labor han encontrado un sustento económico en sus elaboraciones comercializándolas de diferente manera y convirtiéndose entonces en una fuente de trabajo significativa ayudando a contraer en muchos casos la pobreza a la vez de fomentar un desarrollo local de los artesanos y de las personas que proveen la materia prima para las elaboraciones.

c) La actividad artesanal en la provincia de Cotopaxi

La actividad artesanal apoya al mejoramiento de los ingresos económicos de las familias en los sectores urbanos y rurales de la provincia de Cotopaxi. Esta

rama de la actividad productiva tiene una importancia significativa no solo desde el punto de vista económico sino también social y cultural, ya que es una expresión que refleja la cosmovisión, la identidad y las manifestaciones históricas de los pueblos, permite el desarrollo de habilidades, fomenta la creatividad y dinamiza el empleo local y familiar. La producción artesanal está estrechamente ligada a la actividad turística nacional e internacional e incluso es uno de los sectores que ha promovido la inversión extranjera en el país.

MARCO REFERENCIAL

Cuadro N° 1B: Museos Artesanales del País

MUSEOS ARTESANALES	CIUDAD DE UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
1. Museo Etnohistórico de Artesanías del Ecuador, Mindalae	Quito (Barrio la Mariscal)	Cuenta con 4 salas de exposición museográfica, con amplia información cultural, social y ambiental de las artesanías tradicionales de los pueblos indígenas, afroecuatorianos, montubios y mestizos del Ecuador.
2. Museo Artesanal de Gualaceo	Gualaceo (Av. Sucre y Loja)	En este proyecto que forma parte del CIDAP, se ponen en práctica los principios básicos de la Promoción Sociocultural. Los principales objetivos del museo son: Rescatar los valores culturales de los pueblos; Rescatar las principales artesanías en peligro de extinción en los pueblos; Difundir el arte a las generaciones jóvenes. Mejorar la calidad, el diseño, la producción y precio de la artesanía.
3. Museo del Sombrero de Paja Toquilla (Casa Paredes).	Cuenca (Calle Larga 10-41 a un costado del río Tomebamba)	Con la ayuda de un guía, en un espacio se muestra el proceso de transformación de la fibra de paja toquilla en sombrero utilizando diferentes herramientas antiguas como actuales para dar la forma al mismo. Otra área es destinada como galería para exponer los diferentes modelos de sombreros elaborados.

Continúa...

<p>4. Museo y Fábrica Textil Imbabura</p>	<p>Antonio Ante (Atuntaqui)</p>	<p>El Museo Textil Fábrica Imbabura, bajo el concepto de “Antonio Ante: un pueblo industrial abierto al horizonte”, contiene cinco salas a ser guiadas: Una Sala de la Época Aborigen, la Sala de la Época de los Obreros; La Sala de la Época de los Arrieros; La Sala de la Gran Fábrica Textil; La Sala de la Moda.</p>
<p>5. Museo Etnográfico del Pueblo Salasaca</p>	<p>Parroquia Salasaca, a un costado de la carretera Ambato-Pelileo</p>	<p>Cuenta con 4 pisos: en el primero se puede admirar artesanías como pulseras, collares, llaveros, alfombras y ropa elaborada con lana de alpaca, además música andina en vivo con instrumentos originales utilizados en ceremonias Salasacas. En el segundo, tercero y cuarto piso, se puede admirar galerías vivas del pueblo Salasaca, elaboradas a base de arcilla y elementos trabajados con sigse, paja y huesos de animales.</p>

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

MARCO CONCEPTUAL

Turismo.- “El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”. ((OMT), 1994)

Planta turística.- “Son los servicios que se venden a los turistas y que está integrado por 2 elementos: equipamiento el mismo que incluye todos los establecimientos que se dedican a prestar los servicios básicos para el turismo: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios (agencias de viaje, información, guías, transporte turístico, comercio, etc.) y las instalaciones que todas aquellas construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de las actividades netamente turísticas; éstas son: de agua y de playa, de montañas (miradores, circuitos de senderos, refugios, teleféricos) y generales”. (Boullon)

Etnografía.- “Ciencia especializada de la antropología cultural que tiene por objeto el estudio de los pueblos desde un punto de vista analítico y descriptivo, se aplica fundamentalmente al estudio de los pueblos indígenas”. (Almeida, 2001)

Folklore.- “Ciencia que estudia las costumbres, tradiciones y artes populares, que recoge y estudia las manifestaciones colectivas, con valor funcional en la vida de un pueblo que se caracteriza principalmente por ser tradicional, funcional, anónimo, espontáneo y vulgar”. (Almeida, 2001)

Facilidades turísticas.- “Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística, se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo”. (Turismo, Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos, 2004)

Patrimonio.- “Contiene elementos tanto naturales como culturales que podrían resumirse de la siguiente manera: por un lado, la características del ambiente natural, los ecosistemas, la biodiversidad existente y el entorno paisajístico; por el otro, la historia, las tradiciones, las festividades, la gastronomía, las costumbres y creencias populares, arquitectura, monumentos y yacimientos arqueológicos, así como cualquier otra manifestación de la cultura propia del lugar, ya sea tanto en aspectos tangibles como intangibles”. (UNESCO, 1982)

Patrimonio Cultural.- Se entiende al conjunto de lugares, bienes, conocimientos tradiciones y manifestaciones que forman parte, tanto de una nación, región, o localidad, como de sus habitantes y que se deben preservar para el disfrute de la comunidad.

“El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas”. (UNESCO, 1982)

MARCO LEGAL

En lo que respecta al marco legal es necesario analizar leyes, reglamentos y acuerdos que tienen cierta vinculación con el tema patrimonial del país y por ende con el tema artesanal del mismo:

Constitución (Constituyente, 20-11-2008)

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 2009-2013 (SENPLADES, 2009)

De esta política de gobierno se ha considerado lo más importante: Del Objetivo 7: Construir y fortalecer espacios públicos interculturales y de encuentro común, la política 7.4 Democratizar la oferta y las expresiones culturales diversas, asegurando la libre circulación, reconocimiento y respeto a las múltiples identidades sociales, el lineamiento f; Del Objetivo 8: Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad, la política 8.5 Promover y apoyar procesos de preservación, valoración, fortalecimiento, control y difusión de la memoria colectiva e individual y del patrimonio cultural y natural del país, en toda su riqueza y diversidad, el lineamiento d; Del Objetivo 11 Establecer un sistema económico, social, solidario y sostenible, la política 11.2 Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan, el lineamiento c.

Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (Turismo, PLANDETUR 2020, 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 (Nacional C. , Ley de Turismo, 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 (Nacional C. , Ley de Patrimonio Cultural, 2004)

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 (Nacional A. , 2004)

Los artículos que tienen relación con el proyecto son: Del TÍTULO II Derechos Culturales Tutela y Patrocinio, CAPÍTULO 1 Derechos Culturales, los

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, artículo 27 bienes y objetos pertenecientes al patrimonio cultural, numeral 4; TÍTULO IV Del Sistema Nacional de Cultura, CAPÍTULO I Constitución, Fines, Principios y Objetivos, artículo 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 (Nacional C. , Ley de Defensa del Artesano, 1997)

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

Ley de Fomento Artesanal (Nacional C. , Ley de Fomento Artesanal, 1986)

Se consideran los siguientes artículos: TITULO I Generalidades, Artículo 1 amparo a los artesanos y su labor; artículo 4 determinación de beneficios de artesanos individuales o asociados; TITULO III, CAPITULO I De los beneficios, artículo 9 beneficios para la actividad; Disposiciones Generales, artículo 31 funciones de la Subsecretaría de Artesanías del MIPRO.

Ley de Fomento a la Pequeña Industria y Artesanía (Nacional C. , Ley de Fomento a la Pequeña Industria y Artesanía, 1973)

Se consideran los siguientes artículos: CAPITULO I, Generalidades, artículos 2, 3 6, 7 que hacen énfasis en la artesanía, las herramientas y equipos auxiliares.

CAPÍTULO 1

1. DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI

1.1 RESEÑA HISTÓRICA DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL

Es un poco difícil determinar con exactitud el tiempo que el hombre comenzó a elaborar varios elementos que hoy se conocería como artesanías, pero es preciso indicar que en el Ecuador de forma general los indicios de la actividad artesanal estaba dado en el período formativo temprano en Valdivia esto data en los años 3800 y 3200 a.C. aproximadamente pues en dicho período el hombre comenzó a ser sedentario formando las primeras agrupaciones y a su vez iniciaron las actividades agrícolas de frijoles y maíz además de la textilería y la cerámica. Situaciones similares se desarrollaron en otros asentamientos como fueron Machalilla y Chorrera en la Costa, Cotocollao y Narrío en la Sierra, Cahiguaza y Huasaga en la Amazonía.

Un avance significativo se dio con la llegada de los Incas los mismos que contribuyeron al desarrollo de nuevas técnicas que facilitaron la elaboración de varios instrumentos de trabajo, utilitarios, decorativos y ceremoniales además la confección de tejidos, cerámica y orfebrería.

“Las actividades artesanales siguieron desarrollándose durante el siglo XVII, por lo que se incrementó el número de talleres a medida que aumentaba la población de las ciudades y se desarrollaba la economía, pues eran necesarios nuevos artículos de producción así como la prestación de otros servicios de los artesanos”. (Pita & Meier)

Se dio avances industriales no de forma significativa pero que afecto al artesano el mismo que dejo de tener la importancia que años anteriores tenía, a pesar de ello la producción artesanal se fue manteniendo es así que la artesanía paso de ser considerada de utilitaria a estética ya que se convierte en un atractivo el adquirir artículos elaborados a mano que por medio de

máquinas. En este contexto se recalca que “el atractivo para el comprador de este tipo de productos, más que la mayor eficacia en la satisfacción de las necesidades, es el contenido estético que está en aquello en que el control directo del hombre predomina sobre lo automático”. (Malo , Arroyo, Giordano , Jaramillo, & Soto , 1990)

En la provincia de Cotopaxi se ha logrado conservar ciertos artículos que antiguas generaciones vinieron elaborando y que les servía para su subsistencia económica y a su vez para su vestimenta, tal es el caso de ponchos para hombres, faldas, blusas para mujeres entre otros. Con la división del trabajo que se hacía en el núcleo familiar tanto padres como hijos elaboraban varios artículos, es así que en el cantón Pujilí en la parroquia La Victoria se dedicaron a la confección de objetos en cerámica y alfarería, en la parroquia de Guaytacama en el cantón Latacunga comenzaron a elaborar recipientes a base de una planta denominada totora¹, entre varios artículos más que se realizaban de forma artesanal en diferentes lugares; poco a poco los artesanos fueron elaborando objetos considerando el gusto de las personas que iban adquiriendo, por lo que fueron obteniendo más habilidades y técnicas para la elaboración, actualmente ciertas artesanías han trascendido las fronteras no solo de la provincia sino del país.

1.2 ARTESANÍAS DE LA PROVINCIA

A continuación se presenta un cuadro con los datos principales de cada cantón destacándose la actividad artesanal en forma general de los mismos:

¹ La totora cuyo nombre científico es “Schenoplectus Californicus”, es una planta (junco) acuática, muy antigua, utilizada como alimento para animales, construcción, artesanía y como medicina.

Cuadro N°1.1: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Latacunga

Cantón: LATACUNGA	
Ubicación: Sierra central constituyéndose como cabecera provincial.	Población: 170.489 habitantes.
División Política:	
<p>Parroquias urbanas: Eloy Alfaro (San Felipe), Ignacio Flores (La Laguna), Juan Montalvo (San Sebastián), La Matriz, San Buenaventura.</p> <p>Parroquias rurales: Toacaso, San Juan de Pastocalle, Mulaló, Tanicuchí, Guaytacama, Aláquez, San José de Poaló, Once de Noviembre, Belisario Quevedo, José guango Bajo.</p>	
Producción Artesanal:	
<p>En el sector del Niagara (Parroquia La Matriz) varias familias elaboran los conocidos canastos de carrizo que se comercializan en varias ferias populares de la provincia.</p> <p>En el sector de Tilipulo perteneciente a la parroquia de San José de Poaló, ciertas mujeres por varios años se dedican a la labor del hilado manual principalmente de lana de alpaca y algodón, así como a la elaboración de tejidos como bufandas, gorras, boinas, chalecos, chales entre otros.</p> <p>En el sector de Cuicuno de la Parroquia Guaytacama alrededor de 30 tejedores mantuvieron la elaboración de las conocidas jergas que son tejidos de algodón confeccionados en telares manuales, además con ayuda desarrollaron sus tejidos a la elaboración de otros artículos.</p> <p>Por su parte en los barrios de Pupaná Sur, Pilacoto, San Sebastián y la Libertad han mantenido la tradición de elaborar las conocidas esteras, aventadores y tazas utilizando una fibra natural propia de la serranía como es la totora.</p> <p>Finalmente la parroquia de San Juan de Pastocalle conocida por la elaboración de las escobas las mismas que se comercializan en diferentes ferias populares de la provincia y del país.</p>	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Cuadro N°1.2: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Saquisilí

Cantón: SAQUISILÍ	
Ubicación: A 13 Km de la Cabecera Provincial Latacunga y a 6 Km de la carretera Panamericana.	Población: 25.320 habitantes.
División Política:	
<p>Parroquia Urbana: Saquisilí cabecera cantonal.</p> <p>Parroquias Rurales: Cochapamba, Canchagua, Chantilin.</p>	
Producción Artesanal:	
<p>En la parroquia rural de Chantilin en el barrio San Francisco se ha mantenido la elaboración de canastas y tazas de todo tamaño, adornos en forma de llamas y cofres a base de totora los mismos que son comercializados en diferentes lugares.</p> <p>En el mismo barrio dos familias se dedican a armar la estructura de los conocidos cedazos cuya materia prima es traída del cantón Quito de la parroquia de Guangopolo en donde preparan y tejen los pelos de caballo para formar la textura de base del cedazo.</p> <p>Por su parte en el barrio Centro de la misma parroquia Chantilin se ha retomado la actividad de curtiembre artesanal, que la realiza una familia esta actividad se da tanto con cuero de borrego como de vaca.</p>	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Cuadro N°1.3: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Pujilí

Cantón: PUJILÍ	
Ubicación: A 10 Km al Oeste de la ciudad de Latacunga.	Población: 69.055 habitantes.
División Política:	
<p>Parroquia Urbana: Pujilí cabecera cantonal.</p> <p>Parroquias rurales: Angamarca, Guangaje, La Victoria, Pilaló, Tingo-La Esperanza y Zumbahua.</p>	
Producción Artesanal:	
<p>En la parroquia la Matriz se viene elaborando los productos de cerámica en todo tipo de juguetes que varían en tamaños además diferentes personajes de las fiestas tradicionales del cantón; bustos de la Mama Negra, alcancías de varios tamaños, entre otros.</p> <p>En el sector de Alpamalag de San Rafael actualmente una sola familia confecciona una especie de bolsos denominadas shigras cuya materia prima es la fibra de cabuya.</p> <p>En San Nicolás de Juigua desde el año 1988 funciona una Escuela Artística para niños de bajos recursos económicos en donde con la ayuda de voluntarios italianos elaboran objetos de madera a base del tallado.</p> <p>En la parroquia La Victoria en algunos barrios como El Tejar, y El Calvario se han dedicado a la elaboración de diferentes figuras tanto en cerámica como en alfarería obteniendo productos utilitarios como ollas, ponedos, cucharas y otros además objetos decorativos como floreros, figuras de pueblos, alcancías, etc.</p> <p>En la parroquia Zumbahua en el sector de Tigua se elabora las conocidas pinturas cuya principal materia prima es cuero de borrego previamente elaborado en láminas para ser pintadas con paisajes, leyendas, historias, además en este sector se confecciona las máscaras de madera talladas en figuras de lobos, monos, tigres, leones y pintadas de diversos colores. En la comunidad de Lago Verde Quilotoa los artesanos se dedican a la elaboración de tejidos de algodón, lana de borrego y alpaca, entre los productos están gorras, bufandas, guantes, llaveros y adornos, chompas, chalinas, bolsos entre otros accesorios.</p>	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Cuadro N°1.4: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Sigchos

Cantón: SIGCHOS	
Ubicación: A 67 Km al Noroeste de la ciudad de Latacunga.	Población: 21.944 habitantes.
División Política:	
Parroquia Urbana: Sigchos cabecera cantonal.	
Parroquias Rurales: Chugchilán, Isinlivi, Las Pampas, Palo Quemado.	
Producción Artesanal:	
En las parroquias de las Pampas y Palo Quemado se han dedicado a la elaboración de las conocidas panelas artesanales producto obtenido a base del proceso de la caña de azúcar en trapiches.	
En la parroquia de Isinlivi y Chugchilán funciona una de las sedes del Centro y Cooperativa Artesanal Don Bosco, la misma que se dedica a la elaboración de artículos de madera tallada de forma manual.	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Cuadro N°1.5: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Salcedo

Cantón: SALCEDO	
Ubicación: A 10 Km al sur de la ciudad de Latacunga.	Población: 58.216 habitantes.
División Política:	
Parroquia Urbana: San Miguel de Salcedo cabecera cantonal.	
Parroquias rurales: Antonio José Holguín (Sta. Lucía), Cusubamba, Mulalillo, Mulliquindil (Santa Ana) y Panzaleo.	
Producción Artesanal:	
En la parroquia de San Miguel se elaboran las conocidas caretas de papel elaboradas a base de papel y engrudo (especie de pegamento de harina y agua) y tinturadas principalmente por motivos festivos. En el centro de la ciudad existe una sola persona que mantiene la elaboración de las shigras confeccionadas a base de la fibra de cabuya. En la misma ciudad un artesano se dedica a la elaboración de miniaturas es decir pequeñas casas adornadas y decoradas con motivos propios de cada región del país.	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Cuadro N°1.6: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal Pangua

Cantón: PANGUA	
Ubicación: Al sudoeste de la provincia de Cotopaxi a 127 Km de la ciudad de Latacunga.	Población: 21.965 habitantes.
División Política:	
Parroquia Urbana: El Corazón cabecera cantonal.	
Parroquias rurales: Moraspungo, Ramón Campaña y Pinllopata.	
Producción Artesanal:	
Las personas se dedican al cultivo de la caña de azúcar y la elaboración de dulces o panelas, extracción de licor de forma artesanal, además de la obtención de la miel de la caña y la elaboración de cocteles.	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Cuadro N°1.7: Datos Cantonales de la Actividad Artesanal La Maná

Cantón: LA MANÁ	
Ubicación: En la zona noroccidental de la provincia a 150 Km. de la ciudad de Latacunga.	Población: 42.216 habitantes.
División Política:	
Parroquias urbanas: El Carmen, El Triunfo y La Maná.	
Parroquias rurales: Guasaganda y Pucayacu.	
Producción Artesanal:	
En general la población de ciertos sectores se dedica a la elaboración artesanal de las denominadas panelas.	
En el sector de Puenbo ciertas familias se dedican a la elaboración de artesanías utilizando las semillas de la palma real, elaboraciones como pulseras, anillos, recuerdos y más artículos llamativos pero en limitadas cantidades.	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

1.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ARTESANÍAS Y POTENCIAL DE COMERCIALIZACIÓN

Actualmente los artesanos que aun elaboran sus artesanías con el mismo énfasis que lo hacían en el pasado realmente son muy pocos, a pesar de que el núcleo familiar conoce de la actividad, por circunstancias de estudio la mayoría de los niños y jóvenes ya no se involucran del todo en la confección de las artesanías, es el caso de la parroquia La Victoria en la mayoría de hogares la labor la realizan los padres y solo por temporada alta que la consideran para el mes de noviembre reciben ayuda de familiares, en lo que respecta al sector de Cuicuno la mayoría de tejedores son los hombres de edad, quienes en sus tiempos libres se dedican a esta labor, lo que si destacan es que sus hijos si pueden manejar el telar manual.

En lo que se refiere a las shigras existen solo dos personas quienes hacen de esta artesanía su sustento familiar.

En cuanto a las caretas de papel solo un artesano se sustenta con la elaboración y venta de las mismas.

La hilandería últimamente ha ido desapareciendo ya que las mujeres prefieren la actividad agrícola que les resulta más rentable.

Se puede asegurar que en la producción de las demás artesanías existe un equilibrio y de cierta manera una seguridad de que se continúan elaborando y comercializando con el mismo ahínco que se lo hacía anteriormente.

1.3.1 Artesanías de la provincia según materia prima utilizada

1.3.1.1 Cerámica

(Sevilla Olmos M. , 2013) Menciona: “La Cerámica son todos aquellos objetos elaborados a base de arcilla, caolín, feldespatos, carbonatos, mismos que son dosificados o formulados y que ayudan a dar la característica propia de objetos en cerámica; de igual manera existen diferentes técnicas y acabados para este tipo de objetos”.

En lo que respecta a datos históricos sobre la realización de objetos en cerámica no se puede precisar, pero en la parroquia Matriz del cantón Pujilí data desde los aborígenes Panzaleos, quienes tenían conocimientos en lo que se refería a elaboración de objetos de barro, de ahí que las siguientes generaciones con el pasar de los años comenzaron a tecnificarse. En lo que respecta a la parroquia La Victoria, es importante recalcar que por generaciones se vino trabajando de forma inicial el proceso de la alfarería hasta que en el año 1996 llegó la Misión Andina al barrio “El Tejar”, donde técnicos rusos procuraron tecnificar o más bien mecanizar el trabajo artesanal por lo que conocieron y aprendieron el proceso de elaboración de productos en cerámica.

En cuanto a la parroquia Matriz actualmente se destaca por la elaboración de objetos denominados juguetes que son elaborados de diferentes figuras como perros, gatos, vacas, ovejas, tigres, caballos, cerdos, dibujos animados de temporada, papa Noel, duendes, además, es preciso recalcar que elaboran pequeñas réplicas de imágenes religiosas, fiestas tradicionales de la localidad como es la figura del danzante autóctono del cantón y la fiesta del pase del niño de Isinche, bustos de la tradicional fiesta de la Mama Negra de Latacunga, entre otros que varían entre los 5 cm hasta otros muy grandes como 30, 40 cm o hasta más dependiendo de la figura y el terminado que le dan los artesanos con colores muy brillantes y llamativos.

Actualmente existen alrededor de 25 artesanos que todavía se dedican a la actividad artesanal, uno de ellos es Diego Olmos Tigse que según su testimonio

es considerado como la quinta generación de su familia que continúa con la confección de objetos artesanales en Pujilí; el artesano manifestó: “para comenzar el proceso de elaboración se trasladan al amanecer al sector de Tingo ubicado a 3km al Sur-Oeste de la cabecera cantonal donde en costales con la ayuda de herramientas extraen el barro café principalmente encontrado en forma de rocas que se transporta al lugar donde se encuentra el taller artesanal, en su caso en el sector de Sinchaguasín donde el material descargado y colocado en el suelo es golpeado con grandes mazos hasta que las rocas del material sea apropiado, ya que, debe ser cernido en cedazos grandes obteniendo un material fino y óptimo; esta sustancia se mezcla con agua y arcilla que ayuda a dar la plasticidad, posteriormente se coloca en los moldes de yeso técnica denominada de moldeado que puede constar de una o más piezas dependiendo la figura que se desea elaborar, en los moldes puede tardar de dos a cuatro días dependiendo del clima, una vez extraída la figura del molde es pulida para darle un mejor aspecto, nuevamente se coloca en el sol para que se seque totalmente, posterior a ello las figuras son llevadas al horno, un horno tradicional y alrededor de 2 o 3 horas tarda hasta que el material este totalmente cocido, se deja enfriar y se procede a sacar del horno para finalmente seguir con la pintura y decoración, la misma que dependerá de las figuras, pero por lo general utilizan pinturas de caucho o esmaltes las mismas que no tienen ningún tipo de afectación para la salud”. (Olmos, 2013)

El mismo artesano, antes citado manifestó: “al observar las nuevas tendencias del mercado de forma especial el mercado extranjero comenzó la elaboración de cuadros que varían en dimensiones entre los 10cm hasta 20 o 25cm, estos cuadros poseen un relieve que proyectan una mejor elaboración conjuntamente con terminados mucho más llamativos, entre los cuadros se puede apreciar réplicas de la iglesia de San Francisco de Quito, la Catedral, el Centro Histórico, paisajes con el Volcán Cotopaxi, entre otras representaciones propias de la serranía. El número de artículos confeccionados no se puede mencionar con exactitud, pero si es preciso indicar que depende mucho de la figura si es grande o pequeña y las decoraciones que se le deba dar. Una

característica que es preciso mencionar es que la artesanía del cantón Pujilí es un tanto maciza y con mayor peso que a diferencia de las elaboraciones en cerámica de la parroquia La Victoria”. (Olmos, 2013)

En la parroquia La Victoria actualmente existen alrededor de 50 talleres entre ceramistas y alfareros, y han venido elaborando productos en cerámica similar a los de la parroquia Matriz, pero con la diferencia de que los artesanos comenzaron a cambiar el tradicional barro extraído en minas de la localidad por otro material como denominado caolín² y otras sustancias utilizadas como materia prima para obtener un producto diferente. Para las figuras también utilizan la técnica de moldeado, además, ciertos artesanos continúan aplicando la técnica del modelado, es decir, dar la forma a la elaboración con la ayuda de las manos, otra técnica de producción es el tallado que se la aplica cuando el objeto se está secando dando las formas que se desea incluso se utiliza palillos.

Posteriormente tras varios estudios realizados se comprobó que el plomo utilizado tanto para la cerámica como para la alfarería era una sustancia muy perjudicial para la salud de los artesanos como de la población en general, por ello se fue adoptando nuevas técnicas para suplir este elemento. Actualmente existen empresas que se dedican a elaborar ciertos esmaltes apropiados sin ningún tipo de contaminantes.

1.3.1.2 Alfarería

(Sevilla Olmos M. , 2013) Manifiesta: “La Alfarería son todos los objetos que se realizan utilizando como única materia prima el barro, los demás materiales complementarios pueden utilizarlo o no, dependiendo de los acabados que quieran dar a sus objetos se aplican técnicas de torneado, a moldes, mediante monteras, etc.”

² El caolín o caolinita es un silicato de aluminio hidratado, es una arcilla blanca muy pura que se utiliza para la fabricación de porcelanas y de refractarios.

Por su parte, “la parroquia La Victoria, hasta poco antes de 1980 únicamente existían muy pocos talleres de producción de pundos, ollas, maceteros que lo venían fabricando por herencia y tradición además contados talleres de producción de tejas, los más conocidos eran cuatro talleres de tejas en colorado, de los artesanos Manuel Toapanta en el Calvario, Buenaventura Olmos en el barrio Centro y Ángela Páez quien tenía dos, uno en el barrio El Tejar y otro en el barrio Muliniví”. (Sevilla Olmos M. , 2013)

En aquella época no existían tantos artesanos y existían ciertos talleres que fácilmente se les identificaba, es decir cada artesano o cada taller tenía una identificación propia de sus productos, en el barrio El Calvario se caracterizaba por la producción de grandes pundos y tinacos, en el barrio El Tejar la línea de maceteros, es decir era un trabajo muy armonioso entre toda la población, los alfareros de aquellos años complementaban este trabajo con la agricultura para el sustento de sus familias.

“Los artesanos, también, se inclinan en la producción de objetos utilitarios como ollas, poncheras, pundos, platos, tinajas y varios adornos, es decir en productos para el uso en los hogares, comienzan a utilizar como materia prima además del barro, el plomo, el estaño, la piedra blanca, cuarzo, el óxido de cobre, las pilas usadas, el ocre (tierra roja del páramo) natural, materiales utilizados en su actividad cotidiana y como combustible el aserrín y la chamiza, en sus hornos caseros de cangagua, era un trabajo de costumbre y rudimentario”. (Sevilla Olmos M. , 2013)

Existe una técnica específica denominada torneado que identifica a la alfarería de la parroquia, es a través de la utilización del torno que es un aparato mecánico a tracción humana con la ayuda de los pies, posee una superficie redonda y plana que gira sobre un eje central, sobre la que el alfarero tornea o forma la pieza a partir de una masa de barro o arcilla.

Es importante indicar que ciertos artesanos se dedican a la elaboración del bizcocho o colorado, es decir el artículo sin ningún tipo de pintura o decoración,

entregan a otros artesanos quienes se encargan de dar el color con esmaltes, esta materia prima viene en polvo y únicamente necesita ser mezclada con agua considerando un porcentaje de 10% y 50% de esmalte cerámico se sumerge o se barniza las elaboraciones, a su vez, si se le quiere dar colores se agrega los siguientes óxidos, del zinc se obtiene blanco, del cobalto da azul, del cobre se obtiene el verde y del hierro da el color rojo, la formulación depende de la concentración que se quiera dar, se puede agregar al esmalte entre un 3 y 5% de óxido.

“Los artesanos para obtener productos más llamativos aplican unas técnicas que ayudan a una mejor presentación de su alfarería es el caso de la técnica del tallado, la técnica del estilo romano que consiste en la utilización y pegado de lienzos o nylon, dando formas y diseños conjuntamente con la aplicación de pinturas perladas o metalizadas”. (Sevilla Olmos M. , 2013)

1.3.1.3 Totorá

La totora es una fibra vegetal que se encuentra en ciertos lugares a lo largo de la serranía, estos lugares por lo regular son húmedos y con afluentes de agua. En la provincia de Cotopaxi en especial en la parte norte, en la parroquia de Guaytacama y sus alrededores y en el cantón Saquisilí se puede encontrar esta especie.

(Llumiyinga, 2013) Menciona: “La tradición de elaborar objetos en totora ha sido conservada de generación en generación y no existe datos específicos de la fecha que empezaron con este tipo de trabajos, lo que sí es importante reiterar que actualmente existen alrededor de 10 familias y que esta labor no solo realizan las mujeres sino más bien es un trabajo conjunto entre todos los miembros de la familia”.

En lo que se refiere al proceso de elaboración los artesanos no poseen terrenos apropiados para el cultivo de la totora sino que se trasladan hacia lugares aledaños a la parroquia de Guaytacama de preferencia donde existan afluentes de agua como acequias. Existen dos tipos de totoras, una fina que se

le denomina “chicche”, ésta se siembra bajo el agua y tarda en crecer alrededor de cuatro a cinco meses, al cabo de este tiempo se procede arrancarla con la mano o con la ayuda de una hoz, la trasladan hacia los hogares y las extienden con cuidado en un lugar seco para que en un lapso de tiempo de 15 días o más dependiendo el clima se sequen y estén listas para ser golpeadas con una pequeña piedra y se pueda tejer las artesanías, es preciso que la totora se seque en el sol y de preferencia no le dé la lluvia ya que eso puede dañarla.

La totora fina es propicia para tejer recipientes en forma de tazas en diferentes formas y tamaños, desde unas pequeñas de alrededor de 10cm de diámetro hasta las más grandes de aproximadamente 30cm, 40cm o hasta más; además, de las tazas los artesanos de Chantilin también se dedican a la elaboración de pequeños joyeros o petacas como ellos los llaman que al igual que las tazas varían en sus dimensiones.

“En cuanto al tiempo de elaboración es preciso indicar que una taza de unos 20cm de diámetro se tarda una hora en tejerla y utilizan un promedio de 8 pares de totora; se dedica a esta actividad dos horas en el transcurso del día y 3 o 4 horas en la noche”. (Llumiquina, 2013)

Por su parte los artesanos de la parroquia de Guaytacama también se dedican a los tejidos en totora. “En el sector de Pupaná Sur confeccionamos tazas y juego de petacas de todo tamaño, utilizando la totora fina”. (Chasi, 2013)

Estos artesanos también han adoptado una tendencia muy llamativa. “Es muy atractivo para los turistas extranjeros principalmente, tejer la totora recubriendo ciertas cerámicas elaboradas en la parroquia La Victoria, se hace este trabajo en azucareras, pequeñas vasijas, ollas y en otros objetos decorativos”. (Aimacaña, 2013)

En el sector de Pilacoto, San Sebastián y la Libertad de la Parroquia antes mencionada han mantenido la tradición de elaborar las conocidas esteras y aventadores los mismos que para ser confeccionados se utiliza la totora gruesa

como la denominan los artesanos, ésta al igual que la totora fina debe ser cortada y secada para posteriormente comenzar con el tejido, la estera es muy utilizada principalmente en los sectores rurales.

1.3.1.4 Productos de Cabuya

En la provincia de Cotopaxi es muy común observar el ágave americano, es decir, el denominado penco que se encuentra en los sectores rurales, esta especie ha sido muy utilizada desde generaciones antepasadas para varios fines, entre ellos la artesanía.

En el sector de Salcedo queda un solo artesano que aprovecha esta especie para la elaboración de las denominadas shigras que no son más que unos bolsos pequeños confeccionados con las fibras de esta especie.

(Caisaguano, 2013) Manifiesta: “El proceso de elaboración de las shigras comienza cuando el ágave está grande, entonces se procede a extraer cada penca una por una, se deja secar en el ambiente en un lapso de tiempo de 8 días, después se procede a abrirlas y se coloca en agua con lodo de igual manera por 8 días, pasado este tiempo se las saca y se deja secar nuevamente en el ambiente y se procede a extraer las fibras de cabuya, a su vez éstas se tuercen a mano y de acuerdo al número de hebras que utilicen se obtiene hilos de diferente grosor; anteriormente el tejido se hacía en la fibra natural pero después se descubrió que las hebras de cabuya se podían tinturar con anilinas que ayudan a confeccionar bolsos más vistosos con colores combinados y formando figuras como rombos, triángulos, llamas, entre otras. En lo que respecta al tejido éste se lo hace con la ayuda de una aguja de coser mediana dependiendo de las hebras se obtiene puntadas muy finas y puntadas gruesas, el tejido se comienza a confeccionar desde la base continuando en forma de círculo, el trabajo puede tardar desde una semana cuando se teje de forma continua o hasta un mes cuando se trabaja ciertas horas en el día y cuando la finura del tejido es menor”.

Es preciso recalcar que el artesano antes citado trabaja de forma conjunta con ciertas artesanas del sector rural de Quilajaló, ubicado a unos 7km al Oeste de la cabecera cantonal, el artesano prepara la materia prima y entrega a las mujeres para que comiencen el tejido de las shigras, además, algo que este artesano fue innovando es que para dar una mejor presentación de su producto decidió añadir accesorios de cuero, es decir, él envía las shigras ya elaboradas a Cotacachi y allí se encargan de añadirles un forro al interior y colocar aladeras y bordes de cuero que por supuesto proyectan un producto muy vistoso.

Además, en el mismo cantón Salcedo se elaboran otros productos decorativos utilizando como materia prima la cabuya. “Principalmente se elabora muñecos de varias dimensiones y colores a base de la fibra de cabuya, ésta se adquiere ya procesada en hebras ya que el procesarla requiere de mucho tiempo y de máquinas que facilitan obtener las hebras; las fibras se van envolviendo en objetos que ayudan a dar la forma de los muñecos; éstos se venden de acuerdo al tamaño”. (Jara, 2013)

1.3.1.5 Jergas de Algodón

Como es conocimiento general en la provincia de Cotopaxi existieron varios asentamientos y con ello la construcción de los obrajes y obrajuelos los mismos que servían como grandes talleres artesanales que tenían el fin de producir los tejidos para que las personas puedan pagar sus tributos; así empieza la actividad textilera en la provincia y en el país en general.

Cuicuno por muchos años se ha caracterizado por la elaboración de las conocidas jergas de algodón, según datos revelados por habitantes del sector se presume que esta tradición existe alrededor de 500 años y se ha venido conservando de generación en generación, a pesar de que actualmente no todos los habitantes se dedican a esta actividad, tan solo 30 artesanos aun trabajan.

(Barahona, 2013) Manifiesta: “El proceso de elaboración de las jergas comienza con la compra del algodón ya hilado y por madejas, este producto se

lo adquiere en el sector de Tilipulo, ya que, las mujeres del sector se dedican a la labor de la hilandería de algodón y lana de alpaca. Una vez que adquirida la materia prima se enrollan las hebras de algodón en pequeños tubos de carrizo, se prepara el telar manual que por supuesto es ayudado con el impulso de los pies a través de pedales, este telar es de estructura de madera en su totalidad. Alrededor de 220 hebras deben ser colocadas en el telar tanto de algodón como de hilos procesados; el tejido de la jerga tiene una dimensión de 50 cm de ancho que van formando las hebras antes mencionadas. Este tejido de trama abierta color beige con bandas bordadas de colores azul y negro toma el nombre de jerga porque hace muchos años se comenzó a utilizar en la Costa como montura de caballo o de mular, actualmente esta artesanía es enviada a la ciudad de Guayaquil y es utilizada en implementos de limpieza como trapeadores, limpiones entre otros. También se elabora otro tejido que se caracteriza por su finura y se lo confecciona solo a base de hilos que consta de 300 hebras y forma alrededor de 65 cm de ancho, este tejido a su vez es comercializado para tapizado de muebles, cojines, bolsos, entre otros”.

Es importante indicar que este grupo de artesanos han tenido una gran ayuda por parte de entidades no gubernamentales como la Fundación Sinchi Sacha la misma que ayudo con capacitaciones y elaboró un catálogo de otros productos que podían elaborar en los teleras, es así que bajo pedido pueden elaborar chales, chalinas, bolsos, cubrecamas, toallas de pie, individuales, corredores de mesa, entre otras elaboraciones, para ello utilizan los hilos procesados el algodón y lana de alpaca.

1.3.1.6 Paja

Por varias décadas principalmente en las zonas rurales de la serranía la paja ha sido un elemento necesario en la construcción de las tradicionales casas o chozas con cubierta de paja; aunque la mayoría de personas solo han observado la utilización de la paja en esa forma, es preciso indicar que esta especie también ha sido usada para la elaboración de ciertas artesanías como pequeñas canastas y otros adornos llamativos.

En el sector de Tigua y Zumbahua se han dedicado a confeccionar este tipo de artículos; por su parte (Ugsha, 2013) alude: “existen dos tipos de especies de paja la "saraucsha" que se utiliza en los tejados y la "pucaucsha" en las canastas, “para las canastas se van uniendo pequeños atados de paja con hilo de color engarzado con la ayuda de una aguja de coser mediana, la elaboración comienza desde la base para continuar dando la forma. Las canastas varían en dimensiones y en formas ya que pueden ser redondas, ovaladas a su vez estas pueden tener tapas o no, en cuanto a dimensiones varían de 10 a 20 cm de diámetro”.

A su vez en Zumbahua el artesano Jorge Latacunga perteneciente a la comunidad Lago Verde Quilotoa, también elabora este tipo de artesanías; es importante indicar que la producción no se realiza en masa y las pocas elaboraciones son exhibidas en las galerías de Tigua y en Quilotoa respectivamente.

1.3.1.7 Pintura

La conocida pintura de Tigua comienza a tener origen en la comunidad de Chimbacucho, en el año de 1970 con Julio Toaquiza Riofrío, el mismo que manifestó: “con el asesoramiento de Olga Fish propietaria de un almacén de objetos artesanales en Quito, comencé a confeccionar tambores para ser vendidos, utilizando para ellos madera, cuero de borrego y para dar color tinta de plantas y anilinas de teñir ponchos, a su vez como pinceles empecé a utilizar pequeños carrizos y tomaba cabellos de mi hijo, tome los paisajes de la comunidad como inspiración y las diferentes actividades cotidianas. Los tambores también se vendieron en otra galería, la propietaria, la señora María Presentación Puebla me recomendó pintar en cuadros para que se puedan colocar en la pared para ello me mostró un cuadro que me ayudo a imaginar y pueda confeccionarlo. Desde ese entonces con la ayuda de mi primer hijo Alfredo se comenzó con la actividad, como no se podía abastecer con los pedidos entonces instruí esta labor a familiares para que me ayuden; posteriormente me decidí por la escultura de igual manera aceptando el consejo

de mi amiga Olga Fish quien me pidió que confeccione máscaras ya que les atraía mucho a los turistas”. (Toaquiza, 2013)

“Para la pintura en los cuadros se requiere adquirir las maderas en tiras las mismas que deben estar cepilladas y se procede a clavar con pequeños clavos formando el tamaño que se requiera para formar el marco como por ejemplo un pequeño de 15cm x 20cm, los cueros a su vez son adquiridos en la feria de Zumbahua, una vez comprado se procede a mojarlo con agua y ceniza y se espera el lapso de dos horas, ya que es tiempo suficiente para que la lana se separe, separado el cuero se lava dos veces con agua y se deja secar, una tercera lavada se realiza con jabón y se coloca en el bastidor para ser cortado de acuerdo a la medida del mismo, se clava de tal manera que este templado y sin ningún tipo de aspereza se deja secar nuevamente, finalmente está listo para ser pintada después de pasar una lija, actualmente se utiliza las pinturas acrílicas y oleo con colores primarios para dar forma a los diferentes temas o paisajes.” (Toaquiza Ugsha, 1993)

Con la propagación de este arte por parte del artesano antes mencionado actualmente existen alrededor de 600 artesanos entre adultos, jóvenes y niños en las comunidades de Tigua Chimbacucho, Chami, Quilotoa, Jatapungo, Casa Quemada y en la comunidad de Quilotoa, comercializan las artesanías en las galerías de Tigua, Zumbahua, en la feria de Saquisilí y se llevan a otras ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca.

En lo que respecta a la parroquia Matriz del cantón Pujilí se innovan nuevos productos. Por su parte (Olmos, 2013) manifiesta: “Observando las nuevas tendencias del mercado extranjero que por facilidad para el viaje los turistas buscaban objetos que no se desintegren y que a su vez sean livianos, desarrolle entonces separadores artesanales utilizando el cuero de oveja y las plumas de ganso, pato y gallinas; en lo que respecta al cuero es comprado en el mercado de Saquisilí y tras un proceso de descalcificación y lavado del cuero es pintado y decorado. En el caso de las plumas se recolecta en las diferentes granjas avícolas del cantón, son limpiadas y pintadas de diferentes paisajes.

Estos separadores se comercializa en nuestra tienda artesanal en el centro del cantón y también entrego a ciertas hosterías de la provincia”.

En la ciudad de Salcedo a su vez se elabora y vende las conocidas máscaras de papel; en este contexto (Chiluisa, 2013) menciona: “esta labor la vengo realizando desde que tenía 12 años y este conocimiento lo adquirí a través de mi padre, actualmente solo yo conjuntamente con mi familia mantengo esta labor en el cantón. Se utiliza el papel periódico y el papel de los costales de azúcar, para dar la forma a las mismas se ayuda con moldes de cemento previamente elaborados, es así que con ayuda de engrudo que no es más que un pegamento de harina cocida con agua da la forma, este proceso tarda alrededor de 4 a 6 horas dependiendo la complejidad de la figura ya que existen caretas que se les añade cuernos de borrego o de toro y tarda más tiempo el proceso, una vez secas las máscaras se procede a pintar con esmaltes para ello se da un fondo blanco y se termina con los detalles con la ayuda de pinceles esto dependiendo de la imagen que se quiera proyectar”.

1.3.1.8 Madera

En ciertos lugares de la provincia existen sitios donde se dedican al tallado y escultura de varias imágenes, uno de ellos es en la parroquia de Zumbahua específicamente en la comunidad de Tigua Chimbacucho donde nació el tallado de las conocidas máscaras de madera con el artesano que inicio con la pintura de los cuadros, Julio Toaquiza. El artesano manifestó: “se utiliza como materia prima el pino, es un tipo de madera apropiada y se la puede trabajar con facilidad, para la confección se necesita de algunas herramientas como el formón, dos o tres tamaños de gubia³ y un mazo⁴ que ayudan primero a disminuir el grosor de la madera y posteriormente a dar forma a diferentes figuras como leones, tigres, osos, perros, venados, diablos, entre otras, cuando

³ La gubia es un instrumento de carpintería similar al formón, constituida por una hoja de acero y un mango que la conecta a la mano, actúan linealmente sobre la madera y ayuda a dar formas.

⁴ El mazo es una herramienta de mano que sirve para golpear o percutir objetos. Tiene la misma forma de un martillo pero es de mayor tamaño y peso.

en las figuras se deben colocar orejas, éstas se tallan por separado para luego ser pegadas en la máscara, una vez dada la forma se procede a lijarlas y se aplica cola de carpintero previamente preparada en el fuego, se deja secarla y se baña las figuras con una preparación con yeso y finalmente se procede a pintar las máscaras con pinturas de esmaltes”. (Toaquiza, 2013)

Por su parte en el sector de San Nicolás de Juigua perteneciente a la cabecera cantonal de Pujilí se encuentra el Colegio y Centro Artístico Don Bosco, institución que funciona desde el año 1988 a través de un grupo de italianos y de la Diócesis de Latacunga, este colegio tiene como principal función acoger a los jóvenes de bajos recursos económicos e instruirlos en lo que respecta a trabajos en madera como el tallado utilizando la madera de tangaré y laurel de la Amazonía y la escultura con la madera del naranjillo, además, de la ebanistería y pintura, como se trata de una institución educativa los jóvenes obtienen títulos de bachiller con especialidades en las técnicas antes mencionadas; es importante indicar que las elaboraciones de los alumnos del colegio se quedan en una galería para exponerlas mientras que en el centro artístico si se confecciona para la venta al público.

Entre los artículos que se elaboran en este lugar están: juegos de comedor en varios estilos cuya demanda son cadenas de restaurantes, además esculturas griegas clásicas, cuadros y adornos para la pared en varias figuras y tamaños, juegos de dormitorio, miniaturas, esculturas religiosas en todo tamaño, algunas de ellas dependiendo de la demanda que principalmente es la Iglesia solicitan trabajos hasta de 5 metros de alto, además, de la elaboración de altares y coros en su totalidad. También están incursionando en el tallado en piedra, es conveniente indicar que el centro no produce en masa sino más bien es un mercado especial bajo pedido cuando se trata de objetos grandes ya que todo el trabajo es realizado a mano. La Matriz de este Centro Artístico es en San Nicolás de Juigua pero existen otras extensiones en las parroquias Isinlivi, Angamarca, Chugchilán y Zumbahua.

En el cantón Salcedo se dedican a realizar las conocidas miniaturas de madera. Esta artesanía no se la hacía antes en la provincia pero se la confecciona hace 17 años. El artesano pionero en esta labor en la provincia manifestó: “Anteriormente elaboraba estos productos en Imbabura, pero considere a Salcedo un punto estratégico para comercializar las elaboraciones hacia Quito, Guayaquil, Cuenca y otras ciudades del país. Para la confección se utiliza varios materiales como son la madera de laurel, ciprés, madera procesada y también arcilla, ya que este artesano elabora tejas pequeñas, vasijas y ollas en miniatura que le sirven como adornos para las casas en miniatura, además añade carrizos, paletas de helado y madera pintada para dar la característica y aspecto tanto de casas serranas como costeñas, también se utiliza el vidrio por tubos que es calentado y formado en pequeñas botellas que aparentan ser réplicas de botellas de licor pero en miniatura, estas a su vez sirven para la confección de los pequeños bares o cantinas, para colorear se utiliza pintura de agua y laca para el brillo a su vez para los adornos con flores adquiere flores ya procesadas que se va colocando de acuerdo al diseño. Todos los objetos se los elabora, es decir que la producción se la realiza en un 95% ya que la materia prima y pequeños accesorios se los compra; en el taller trabajan alrededor de 10 personas y se estima una producción de unas 400 miniaturas al mes dependiendo del diseño y complejidad del trabajo”. (Taxi, 2013)

1.3.1.9 Carrizo

En la ciudad de Latacunga, en el sector del Niágara se elaboran los tradicionales canastos de carrizo.

(Mullo & Mullo, 2013) Manifiesta: “Existen alrededor de 50 artesanos que se dedican a esta actividad que se ha conservado a través de generaciones. El proceso comienza con la extracción del carrizo que se lo trae del sector de Yanayacu en el cantón Salcedo o del sector de Cunchibamba que es parte de la jurisdicción de la ciudad de Ambato, posterior a ello con una cuchilla o machete se van rajando o cortando las cañas de carrizo haciendo tiras largas y delgadas

dependiendo el ancho deseado que van desde 0.5 hasta 1.5 cm. Para dar forma a los canastos se necesitan de 8 a 10 tiras cortas y anchas de 2cm aproximadamente que servirán para el esqueleto y darán soporte al entre cruce de la tiras; el tejido comienza desde la base a dar vuelta con las tiras largas alrededor de las columnas anchas hasta que vaya formando el canasto, después se coloca una tira ancha de caña en la orilla del canasto para finalizarlo con un borde donde se doblan las puntas de las tiras del esqueleto, si es el caso las puntas de los carrizos se van quemando y compactando entre sí. Para dar color como el café por ejemplo se utiliza gasolina con brea y después se añade barniz. Si se quiere dar un poco de color rojo o azul se lo hace con anilinas. Una producción estimada es de entre 5 a 8 elaboraciones al día dependiendo del tamaño y dificultad ya que pueden confeccionar canastas redondas con y sin aladeras, cunas, canastas ovaladas, tachos para ropa, adornos para focos, entre otros artículos”.

1.3.1.10 Lana

En el sector de Tilipulo perteneciente al cantón Latacunga alrededor de 20 mujeres se dedican a la actividad de la hilandería de algodón y lana de alpaca.

Por su parte (Pichucho, 2013) expresa: “En lo que respecta al algodón como sirve para la elaboración de las jergas⁵ en el sector de Cuicuno, se adquiere el algodón por kilos o quintales en la ciudad de Quito, con la ayuda de un objeto artesanal denominado pushcana⁶ específico para la actividad, se hila una madeja que tiene un peso aproximado de un kilo. En lo que respecta a la lana de alpaca se adquiere del sector de Planchaloma perteneciente al mismo cantón Latacunga, para ser hilada esta lana primero se extrae impurezas y con la ayuda de agujones y crochet o agujetas elaboran guantes, gorras, chales,

⁵ La jerga es un tejido de trama abierta de algodón de 50 cm de ancho, formado de 220 hebras, es de color beige con bandas bordadas de colores azul y negro, toma ese nombre porque hace muchos años se comenzó a utilizar en la Costa como montura de caballo o de mular.

⁶ La pushcana objeto artesanal que está formada por un tortero (tapa plástica), un sigse y la materia prima (algodón o lana), que facilita el hilado manual.

chalecos, bufandas, boinas entre otros artículos aprovechando de esta manera la materia prima preparada”.

Es importante mencionar que este grupo de artesanas también participaron en el mismo proyecto direccionado por la Fundación Sinchi Sacha conjuntamente con los artesanos de Cuicuno, al grupo de mujeres hilanderas les ayudaron con ciertas capacitaciones para dar color al algodón a través de tintes naturales con la cocción de plantas y con un vegetal preparado que se le dosificaba de acuerdo a la intensidad del color que se desee, es así que utilizando hojas de capulí se obtenía el color verde intenso, con el laurel se obtenía el color café, con una especie de helecho denominada gusanillo daba el color rosado y con la chilca se obtenía un color verde claro. Actualmente elaboran sus artículos bajo pedido a través de la fundación.

Por su parte en la parroquia de Zumbahua en las comunidades de Tigua y Lago Verde Quilotoa también se dedican a la elaboración de diferentes artesanías a base de lana de borrego y alpaca, pero es preciso indicar que estos artesanos no preparan la lana sino que extraen la lana por bultos de cada sector de sus comunidades y envían a Otavalo a que artesanos de este lugar la preparen; una vez obtenida la lana procesada las mujeres se dedican a elaborar productos como gorras, bufandas, sacos, guantes, bolsos además la lana también la utilizan para elaborar llaveros y adornos en forma de llama y alpaca.

1.3.1.11 Cedazos

La elaboración de los conocidos cedazos no ha sido conocida en la provincia de Cotopaxi, existen dos familias en la parroquia de Chantilin perteneciente al cantón Saquisilí las mismas que se dedican a armar la pequeña estructura del cedazo, pero es preciso indicar que la materia prima es traída de la provincia de Pichincha, específicamente del cantón Quito de la parroquia de Guangopolo, lugar donde preparan y tejen los pelos de caballo para formar la textura que sirve de base del cedazo, lo mismo sucede con la madera que sirve para los laterales de la estructura, por lo que estas elaboraciones no son consideradas

como autóctonas de la provincia, más bien son productos artesanales comercializados en las diferentes ferias que se desarrollan en los cantones de la jurisdicción.

1.3.1.12 Panela

Existen ciertos lugares en la provincia como las parroquias rurales de las Pampas y Palo Quemado ubicadas en la zona occidental del cantón Sigchos, además el cantón Pangua y La Maná que son considerados un verdadero paraíso por sus diferentes características geográficas y por supuesto por el clima subtropical que brinda las facilidades para el cultivo de productos diferentes, uno de ellos es la caña de azúcar, la misma que se utiliza para ciertos fines como la elaboración de miel, panelas y el licor artesanal, éste último ya no se elabora con mucho énfasis ya que un mal proceso de extracción puede provocar daños severos a la salud de los seres humanos, actualmente su elaboración está impedida.

La mayor parte de habitantes de los lugares antes citados se han dedicado a la elaboración de los productos artesanales, en el caso de las conocidas panelas, se obtiene a base del proceso de la caña de azúcar en trapiches que no son más que pequeños molinos artesanales que para dar movimiento son ayudados por animales como mulas o caballos o a su vez son adaptados con una especie de motor utilizando energía eléctrica, el líquido extraído en el trapiche es llevado a una cocción a altas temperaturas hasta obtener una sustancia densa, posteriormente se coloca en moldes de diversos tamaños, cuando ya están fríos y la sustancia ya compactada, las pequeñas porciones se envuelven en hojas de la misma caña y termina el proceso, estos productos son comercializados en todos los cantones de la provincia a través de las ferias tradicionales o en locales como tiendas o despensas.

1.3.2 Artesanías de mayor comercialización

Según la investigación de campo que se efectuó para recolectar los datos en cuanto a las artesanías, de alguna manera reflejaba el tipo de comercialización

en los diferentes lugares, es por ello que según el grado de producción de las elaboraciones como de la promoción y comercialización que las mismas fueron teniendo en el transcurso del tiempo se indica a continuación las artesanías:

Cuadro N° 1.8: Artesanías de acuerdo a su Comercialización

Pinturas de Tigua	Son comercializadas en Tigua, Zumbahua, en las principales ciudades del país además son expuestas en ferias internacionales.
Máscaras de madera	Se encuentran en Tigua, Zumbahua, en la feria de Saquisilí y en la ciudad de Quito.
Alfarería y cerámica	Se las encuentra de forma permanente tanto en Pujilí en el centro como en La Victoria actualmente ya no hay mercado en el exterior.
Pintura en plumas y cuero en forma de separadores	El artesano que innovo este producto tiene un convenio con el gobierno a través del ministerio de turismo que adquiere las artesanías para ser entregadas en ferias y exposiciones.
Elaboraciones de totora	Se comercializan en las ferias de Saquisilí y además se venden en Ambato, Quito y Sangolquí.
Canastos de carrizo	Se los vende en el sector del Niagara y en ferias de toda la provincia.
Confección de miniaturas	Se comercializa en ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca.
Jergas y tejidos de Cuicuno	La jerga es llevada hasta Guayaquil mientras que los tejidos son llevados a la Fundación Sinchi Sacha en Quito.
Tejidos de lana de alpaca	En el caso de Tilipulo son comercializadas a través de la fundación Sinchi Sacha; en el caso de Tigua y Lago Verde son vendidas en las mismas comunidades.
Panelas artesanales	Al ser un producto comestible se comercializa en las ferias de la provincia y algunas tiendas o micro mercados.
Productos de madera de San Nicolás	Maneja un mercado especial bajo pedido principalmente de la Iglesia y cadenas de restaurantes.
Shigras de cabuya	Son vendidas en la feria de Saquisilí y además son llevadas a Otavalo.
Mascaras de papel	Son comercializadas en el centro del cantón Salcedo.
Cedazos	Son comercializados en la feria del cantón Saquisilí.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

1.4 COMPETITIVIDAD DE LAS ARTESANÍAS DE COTOPAXI

La mayoría de elaboraciones de la provincia han trascendido las fronteras no solo a nivel provincial sino a nivel nacional e internacional, pero, no todas las artesanías han corrido con la misma suerte, es el caso de la cerámica y alfarería, ya que en otras provincias como Azuay existe este tipo de elaboraciones que por varios factores se fue mejorando, dejando de lado la calidad de los productos cotopaxenses.

Para identificar la competitividad de las artesanías cotopaxenses es importante elaborar un análisis FODA el mismo que permite identificar tanto las fortalezas y debilidades de la actividad, así como las oportunidades y amenazas, estos datos a su vez fueron obtenidos de los actores principales de dicha actividad, los artesanos conjuntamente con la investigación de campo que se efectuó para obtener información de cada producto artesanal, a continuación se presenta el análisis.

Cuadro N° 1.9: Análisis FODA de las Artesanías de la provincia de Cotopaxi

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento y experiencia de los artesanos. • Facilidad de adquirir las materias primas. • Innovación de nuevas tendencias para satisfacer al mercado. • Diversidad de productos artesanales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca promoción de las artesanías. • Inexistencia de constantes capacitaciones para mejorar el producto y su presentación. • Ausencia de coordinación entre artesanos de la misma actividad. • Individualismo de los artesanos.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas con entidades gubernamentales para promocionar las artesanías en diferentes ferias. • Acceso a exportaciones de las artesanías. • Estrategias de promoción artesanal conjuntamente con productos turísticos de la provincia. • Apoyo de entidades privadas para potencializar la actividad artesanal. • Programas de readecuación de los talleres artesanales para mejorar la producción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de productos artesanales similares de otros países. • Reformas de leyes artesanales que perjudiquen al sector. • Disminución de facilidades para acceder a préstamos que ayuden a continuar con la producción. • Encarecimiento de la materia prima para las artesanías. • Exceso de tecnología para la producción limitando la capacidad de creatividad y la elaboración manual. • Falta de señalética e información para efectuarse la adquisición de las artesanías.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

1.5 ORGANIZACIONES DEL SECTOR ARTESANAL

Cuadro N° 1.10: Organizaciones del Sector Artesanal en la Provincia de Cotopaxi

Organización	Representante	Dirección	Teléfono/Email
Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios Unión Artesanal Victoria UNAVI	Miguel Sevilla Olmos (Representante Encargado)	Cantón Pujilí, Parroquia La Victoria.	Celular: 0984504805 Email: sevillamiguel@hotmail.es
Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos del Cantón Pujilí.	Germán Olmos	Cantón Pujilí, Parroquia La Matriz.	
Asociación de Artesanos Indígenas de Tigua.	Alfredo Toaquiza	Cantón Pujilí, Parroquia Zumbahua, Comunidad de Tigua (Vía Principal)	Celular: 0986155214
Cooperativa de Tejedores Artesanales de Cuicuno.	Juan Barahona	Cantón Latacunga, Parroquia Eclesiástica de Cuicuno.	Telf.: (03)2690-765
Asociación de Hilanderas de Tilipulo.	Luz María Pichucho	Cantón Latacunga, Parroquia Poalo, Sector Tilipulo.	Celular: 0997007755
Organización Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa.	Héctor Pastuña	Comunidad Lago Verde Quilotoa, Galería de Artesanías.	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

CAPÍTULO 2

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El sector turístico en los últimos años se ha convertido en un motor importante para la economía del país; la provincia de Cotopaxi al contar con varios destinos turísticos muy conocidos no es la excepción de gozar los beneficios de la actividad turística. Como se habló en el capítulo 1 de este proyecto, la jurisdicción de Cotopaxi se ha destacado por varios años en lo que respecta a la producción de artesanías de diferente índole, destacándose ya sea por su materia prima, diseños, formas, colores y todas aquellas características que hacen que las artesanías sean elaboraciones representativas de la provincia. Con todo ello es importante la realización de un estudio de mercado que permita conocer y determinar la conducta y preferencia del turista que visita la provincia de Cotopaxi con relación a los productos artesanales que se ofertan actualmente en la jurisdicción y a su vez determinar si el Centro de Difusión y Promoción Artesanal de todos los objetos elaborados en la provincia tendrá la aceptación por parte de los turistas.

2.2 OBJETIVOS

2.2.1 Objetivo General

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar la oferta artesanal y la demanda actual y futura que tendrá el centro de difusión y promoción artesanal.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Definir el perfil del turista que visitará el Centro de Difusión y Promoción Artesanal.
- Determinar las artesanías más conocidas y adquiridas por los turistas.

- Identificar los posibles precios de comercialización de las artesanías que se colocarán en el centro de promoción y difusión artesanal.
- Diseñar las estrategias de comercialización para difundir el Centro de Difusión y Promoción Artesanal.

2.3 IDEA A DEFENDER

El estudio de mercado permitirá identificar la oferta, la demanda y las estrategias de comercialización adecuadas que tendrá el Centro de Difusión y Promoción Artesanal.

2.4 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.4.1 Tipo de investigación

Para el presente proyecto se utilizó la investigación cuantitativa la misma que se caracteriza por la recolección de datos para comprobar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández, Fernández, & Batista, 2006). Es decir los datos que se obtendrán y que se quieren interpretar en este estudio son cuantificables, por lo que a través de las respuestas arrojadas tanto por los turistas y artesanos pueden ser agrupadas respectivamente por características de acuerdo a la temática artesanal.

2.4.2 Métodos de la investigación

Inductivo-Deductivo: A través de la aplicación de este método se obtuvo conclusiones particulares tanto de los artesanos como de los turistas, identificando sus características, conductas y preferencias que ayudaron al presente estudio.

Analítico-Sintético: La aplicación del método analítico-sintético permitió conocer la información proporcionada por los turistas y artesanos desde una perspectiva general, conociendo a groso modo el perfil de los grupos estudiados, permitieron identificar la aceptación del presente proyecto.

2.4.3 Fuentes de Información

Para el presente estudio se utilizó fuentes de información tanto primaria como secundaria:

Fuentes Primarias: Están representadas a través de la figura de los turistas y artesanos los mismos que proporcionaron información específica y primordial.

Fuentes Secundarias: Documentos, investigaciones y datos facilitados por personas o instituciones.

2.4.4 Análisis de técnicas e instrumentos

Al ser un estudio extenso se ha optado por aplicar la técnica de la encuesta a través de la construcción de un cuestionario específico tanto para turistas como para artesanos.

2.4.5 Determinación de la población de estudio

2.4.5.1 Análisis para turistas

Al tratarse de un proyecto que engloba de forma directa a todos los cantones de la provincia, es importante considerar los destinos principales donde se encuentra una estadística real de la llegada de turistas hacia la jurisdicción de Cotopaxi, es así que, para determinar la población de estudio se ha tomado en cuenta el registro de visitas a las áreas protegidas en el año 2012, las mismas que son: Parque Nacional Cotopaxi, Parque Nacional Llanganates, Reserva Ecológica los Ilinizas y Área Nacional de Recreación el Boliche. Es preciso recalcar que existe una estadística en la ciudad de Latacunga a través de la llegada de turistas en el ferrocarril, pero no se consideró dicha fuente debido a que los turistas no trascienden hacia otros cantones de la provincia y no se podía considerar una estadística global de la provincia, por ello se consideró las estadísticas proporcionadas a través de las áreas protegidas.

Tabla N° 2.1: Registro de visitas a las áreas protegidas de la provincia de Cotopaxi

Área Protegida	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
Parque Nacional Cotopaxi	122481	46018	168499
Parque Nacional Llanganates	8825	8	8833
Reserva Ecológica los Ilinizas	6395	1915	8310
Área Nacional de Recreación el Boliche	38376	956	39332
TOTAL	176077	48897	224974

Fuente: (AMBIENTE, 2012)

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

2.4.5.2 Análisis para artesanos

En lo que respecta a los artesanos es importante indicar que se debe considerar a todos los artesanos que realizan las artesanías exclusivamente que pueden ser comercializadas como *souvenirs* o recuerdos para turistas nacionales o extranjeros, es decir, artesanías que representen la identidad cultural de generaciones pasadas y actuales, que conservan dicho legado y que es considerado como parte de la actividad turística, es así que con la ayuda de una estadística manejada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) se obtiene la siguiente información de cada uno de los cantones de la provincia.

Tabla N° 2.2: Número de Artesanos de la provincia de Cotopaxi de acuerdo a los grupos de ocupación

Grupo de Ocupación Cantones	En Madera, Cestería y Materiales Similares	De los Tejidos, El Cuero y Materiales Similares	Artesanos No Clasificados bajo otros Epígrafes	TOTAL
Latacunga	227	58	221	506
La Maná	12	2	16	30
Pangua	2	1	3	6
Pujilí	34	6	29	69
Salcedo	18	11	27	56
Saquisilí	4	5	13	22
Sigchos	1	1	1	3
TOTAL	298	84	310	692

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

2.4.6 Cálculo de la muestra

a) Fórmula:

Para calcular la muestra se ha tomado la fórmula para poblaciones finitas la misma que se detalla a continuación: (Levin & Rubin, 2004)

Ecuación 2.1: Cálculo de la Muestra
$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

N=	Es el tamaño de la población.
P=	Probabilidad de Éxito que será 0.80.
Q=	Probabilidad de Fracaso que será 0.20.
Z²=	Nivel de confianza con el que se trabajará 95%, lo que en la tabla Z equivale a 1.959963985 a nivel práctico y para la aplicación será 1.96.
e²=	Representa el error que será del 5%, es decir 0.05.
n=	Tamaño de la muestra, es decir, el número de personas que serán encuestadas.

b) Procedimiento para Turistas:

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

$$n = \frac{1.96^2 * 224974 * 0.80 * 0.20}{0.05^2 * (224974 - 1) + 1.96^2 * 0.80 * 0.20}$$

$$n = \frac{3.84 * 224974 * 0.16}{0.0025 * (224973) + 3.84 * 0.16}$$

$$n = \frac{138281.6189}{562.4325 + 0.614656}$$

$$n = \frac{138281.6189}{563.047156}$$

$$n = 245.59509 \qquad n = 246$$

c) Análisis: Se obtiene un resultado de 246 encuestas para ser aplicadas a turistas que visitan la provincia a través de las áreas protegidas.

d) Procedimiento para Artesanos:

$$n = \frac{1.96^2 * 692 * 0.80 * 0.20}{0.05^2 * (692 - 1) + 1.96^2 * 0.80 * 0.20}$$

$$n = \frac{425.341952}{1.7275 + 0.614656}$$

$$n = \frac{425.341952}{2.342156}$$

$$n = 181.6027$$

$$n = 182$$

e) Análisis: Se obtiene un resultado de 182 encuestas que se deberán aplicar a los artesanos de la provincia.

2.4.7 Tipo de muestreo

El muestreo que corresponde es el Muestreo Probabilístico Aleatorio Estratificado el mismo que consiste en considerar categorías típicas diferentes entre sí (estratos) que poseen gran homogeneidad respecto a alguna característica, es decir, asegurarse de que todos los estratos de interés estarán

representados adecuadamente en la muestra. La distribución de la muestra en función de los diferentes estratos se denomina afijación y para el presente estudio se debe aplicar la Afijación Proporcional en donde la distribución se hace de acuerdo con el peso (tamaño) de la población en cada estrato. (Investigacion, 2010)

Para determinar el tamaño adecuado de cada estrato es importante utilizar una fórmula, la misma que se detalla a continuación: (Málaga & Bioestadística)

a) Fórmula:

Ecuación 2.2: Afijación Proporcional de la Muestra $n_h = n \frac{N_h}{N}$

Donde:

$n_h =$	Tamaño del estrato
$n =$	Muestra
$N_h =$	Estrato
$N =$	Población

b) Procedimiento para Turistas

$$n_1 = 246 \frac{168499}{224974}$$

$$n_1 = 184.24$$

$$n_1 = 184$$

c) Análisis: Con la aplicación de la fórmula se obtiene el número de encuestas a aplicar en cada área protegida, es decir, en el Parque Nacional Cotopaxi se deberá aplicar 184 encuestas, se repite el mismo procedimiento para las demás áreas.

Tabla N° 2.3: Número de encuestas para turistas por área protegida

Área protegida	Total visitas	Número de Encuestas
P. N. Cotopaxi	168499	184
P. N. Llanganates	8833	10
R. E. Ilinizas	8310	9
A.N.R. Boliche	39332	43
TOTAL	224974	246

Fuente: (INEC, 2010) e Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

d) Procedimiento para artesanos:

$$n_1 = 182 \frac{506}{692}$$

$$n_1 = 133.0809$$

$$n_1 = 133$$

e) Análisis: Se obtiene el número de encuestas a ser aplicadas en cada cantón, es decir, 133 encuestas a ser aplicadas en el cantón Latacunga, se repite el mismo procedimiento para los demás cantones.

Tabla N° 2.4: Número de encuestas para artesanos por cantón

Cantones	Total Artesanos	Número de Encuestas
Latacunga	506	133
La Maná	30	8
Pangua	6	2
Pujilí	69	18
Salcedo	56	15
Saquisilí	22	6
Sigchos	3	0
TOTAL	692	182

Fuente: (INEC, 2010) e Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

2.4.8 Diseño del instrumento (Encuesta)

Para el presente estudio se ha considerado como instrumento de recolección de datos la encuesta tanto para la muestra correspondiente a turistas y artesanos, puesto que, es un instrumento que permite la fácil recolección de la información identificando las diferentes características, aceptabilidad y expectativas tanto del turista como del artesano. El formato de la encuesta para los turistas se puede observar en el Anexo N°01, y el formato de la encuesta para los artesanos en el Anexo N°02.

2.5 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

2.5.1 Tabulación y análisis de datos obtenidos de turistas

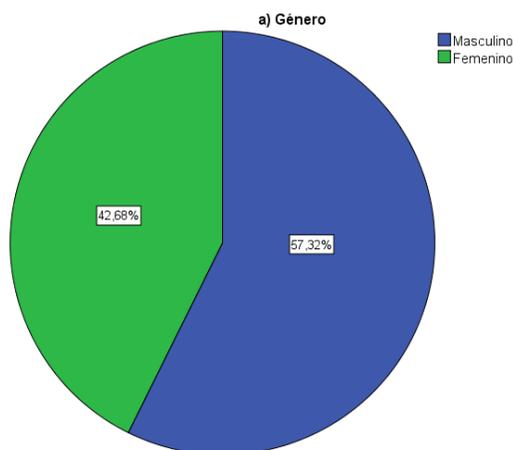
Las encuestas fueron aplicadas en el transcurso de los primeros días del mes de Noviembre del año 2013, a continuación se presentan los datos obtenidos en la investigación de campo.

Tabla N° 2.5: Pregunta A1

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Masculino	141	57,3	57,3
	Femenino	105	42,7	100,0
	Total	246	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.1: Pregunta A1**

Fuente: Tabla N°2.5.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de personas encuestadas, el 57.3% fueron parte del género masculino mientras que el 42.7% fueron mujeres.

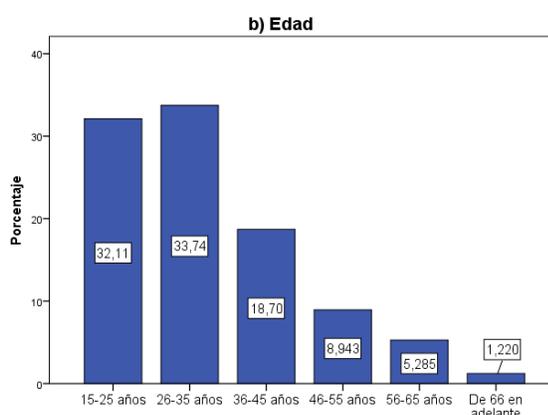
b) Análisis: La mayoría de turistas que llegan hacia la provincia de Cotopaxi son de género masculino, lo que indica que los servicios del centro deberán ser enfocados para hombres, sin descartar al grupo del género femenino pues si se logra un servicio innovador a través del proceso de interacción con los artesanos, los turistas sean hombres o mujeres se interesarán por la oferta del Centro.

Tabla N° 2.6: Edad: Pregunta B1

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	15-25 años	79	32,1	32,1
	26-35 años	83	33,7	65,9
	36-45 años	46	18,7	84,6
	46-55 años	22	8,9	93,5
	56-65 años	13	5,3	98,8
	De 66 en adelante	3	1,2	100,0
Total		246	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.2: Pregunta B1**

Fuente: Tabla N°2.6.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados, el 33.7% se encontraban en un rango de edad de 26 a 35 años, a su vez el 32.1% oscilaban entre los 15 a 25 años de edad, mientras que el 18.7% se encontraban entre los 36 a 45 años.

b) Análisis: La mayor parte de turistas que llegan a la provincia de Cotopaxi tienen entre 26 a 35 años de edad, es decir, son adultos, este dato es muy importante pues proyecta de cierto modo que la demanda potencial del centro con mayor énfasis serán jóvenes que tienen decisión de compra, algo primordial para poder comercializar las artesanías.

Tabla N° 2.7: Pregunta C1

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Estudiante	67	27,2	27,2
	Tareas del Hogar	2	,8	28,0
	Empleado Público	40	16,3	44,3
	Empleado Privado	83	33,7	78,0
	Negocio Propio	44	17,9	95,9
	Jubilado	4	1,6	97,6
	Otro	6	2,4	100,0
	Total	246	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

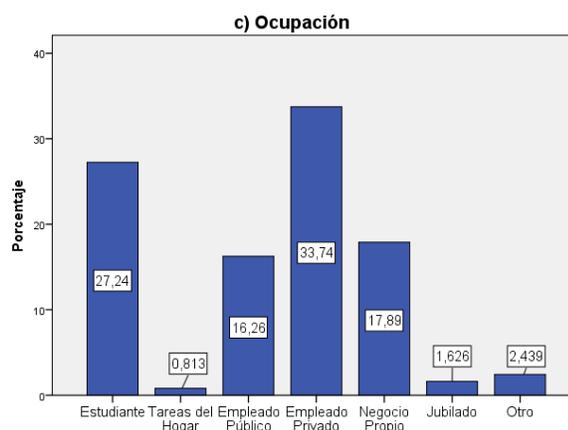


Gráfico N° 2.3: Pregunta C1

Fuente: Tabla N°2.7.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 33.7% son empleados privados, el 27,2% son estudiantes, a su vez el 17.9% tienen su negocio propio y el 16.3% son empleados públicos.

b) Análisis: Los resultados indicaron que la mayoría de turistas que visitan los lugares turísticos de Cotopaxi son empleados privados por lo que puede determinarse que este tipo de personas son los que fácilmente realizan viajes y pueden interesarse en el Centro a corto plazo, sin embargo no se puede dejar de lado el resultado del grupo de estudiantes ya que ellos podrían convertirse en un mercado muy importante para el establecimiento.

Tabla N° 2.8: Pregunta D1

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Ecuatoriana	196	79,7	79,7
	Norteamericanos	16	6,5	86,2
	Venezolana	12	4,9	91,1
	Español	6	2,4	93,5
	Francesa	4	1,6	95,1
	Holandés	2	,8	95,9
	Colombiana	2	,8	96,7
	Peruana	2	,8	97,5
	Mexicana	2	,8	98,3
	Hindú	2	,8	99,1
	Polaca	2	,8	100,0
	Total	246	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

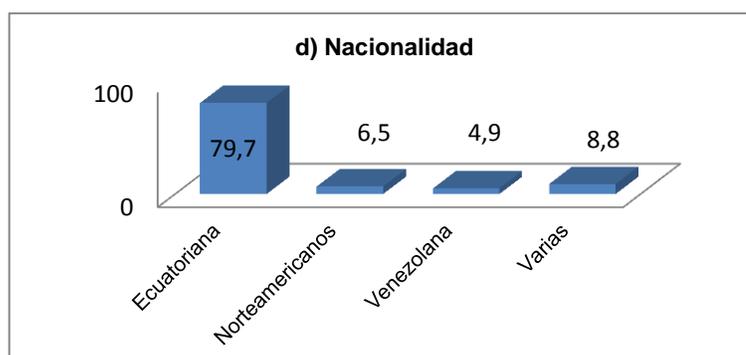


Gráfico N° 2.4: Pregunta D1

Fuente: Tabla N°2.8.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 79.67% son ecuatorianos, el 6.50% son norteamericanos, el 4.88% son venezolanos, a su vez el 8.8% se agrupan entre españoles, franceses, holandeses, colombianos, peruanos, mexicanos, hindús y polacos.

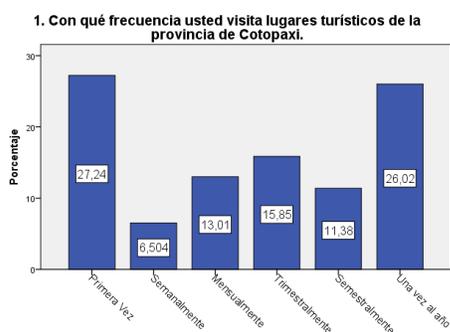
b) Análisis: Casi en su totalidad los turistas encuestados fueron ecuatorianos por lo que de forma especial el Centro recibirá turistas nacionales, pero no significa que se debe descuidar el mercado internacional, puesto que, la provincia mensualmente recibe turistas extranjeros y la propuesta de un lugar con actividades culturales vivenciales les puede generar el interés necesario para la visita al centro y por ende adquirir sus *souvenirs*.

Tabla N° 2.9: Pregunta 1

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Primera Vez	67	27,2	27,2
	Semanalmente	16	6,5	33,7
	Mensualmente	32	13,0	46,7
	Trimestralmente	39	15,9	62,6
	Semestralmente	28	11,4	74,0
	Una vez al año	64	26,0	100,0
	Total	246	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.5: Pregunta 1**

Fuente: Tabla N°2.9.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 27.2% visitan los lugares turísticos por primera vez, mientras que el 26% los visitan una vez al año, el 15.9% los visitan trimestralmente, a su vez el 13% visitan los lugares turísticos mensualmente.

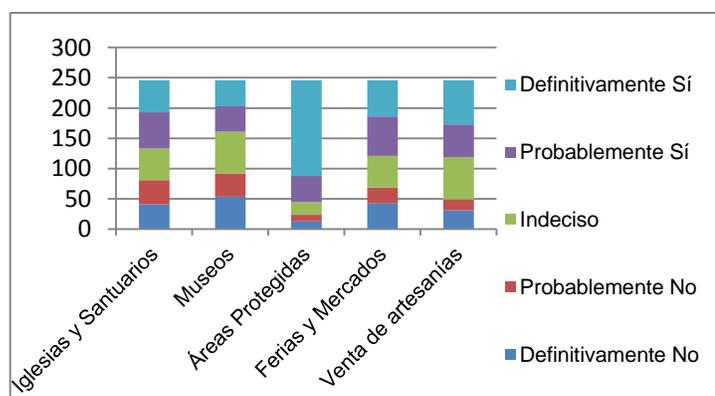
b) Análisis: Con respecto a esta opción se concluye que el mayor porcentaje de encuestados visitaban por primera vez la provincia a través de los parques nacionales, pero un porcentaje casi igual refleja que ciertos turistas visitan los atractivos una vez al año, estos resultados enfocan que las distintas estrategias tanto de comercialización como de promoción planteadas para el Centro deberán atraer a los turistas hacia la provincia, para que su estancia sea mayor y el centro pueda comercializar sus artesanías y a su vez involucrar en esta actividad como una alternativa de turismo.

Tabla N° 2.10: Pregunta 2

	Iglesias y Santuarios	Museos	Áreas Protegidas	Ferias y Mercados	Venta de artesanías
Definitivamente No	41	54	13	43	31
Probablemente No	40	38	11	26	18
Indeciso	52	69	21	52	70
Probablemente Sí	60	42	43	65	54
Definitivamente Sí	53	43	158	60	73
TOTAL	246	246	246	246	246

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.6: Pregunta 2**

Fuente: Tabla N°2.10.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 5 alternativas de lugares turísticos proporcionados, existieron 158 opciones señaladas por los turistas, las mismas que indican la preferencia por las áreas protegidas ubicadas en la provincia.

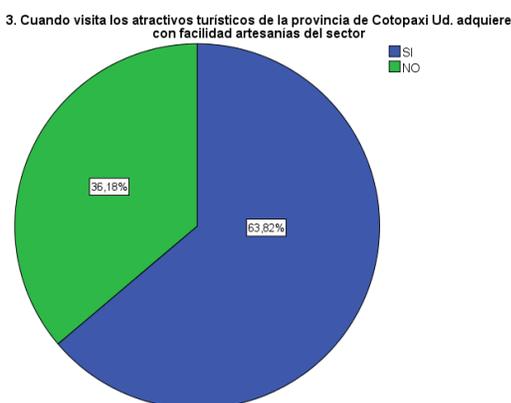
b) Análisis: Se puede notar una gran preferencia de los turistas hacia las áreas naturales de la jurisdicción de Cotopaxi, esto puede darse por varios motivos uno de ellos puede ser por la gran promoción que se da en dichos lugares, lo que indica que deberá realizarse adecuadas estrategias de promoción para que los turistas visiten el Centro; en lo que respecta al resultado de la venta de artesanías no es tan desalentador, pues refleja que si existe aceptación por ciertos turistas e indica la posible aceptación para el Centro.

Tabla N° 2.11: Pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	SI	157	63,8	63,8
	NO	89	36,2	100,0
	Total	246	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.7: Pregunta 3**

Fuente: Tabla N°2.11.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 63.8% menciona que si adquiere con facilidad las artesanías del sector cuando visitan los atractivos turísticos, mientras que el 36.2% menciona lo contrario.

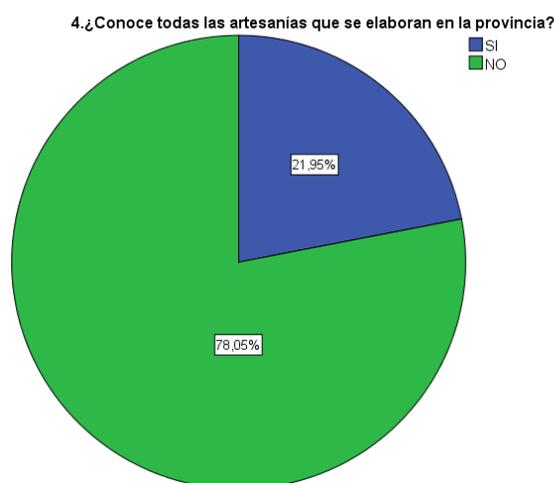
b) Análisis: Se puede considerar en este aspecto a los turistas que visitaron por primera vez la provincia y los que la visitan una vez al año, los mismos que manifestaron que si pueden adquirir artesanías, pero es preciso analizar que la mayor parte de turistas visitan las áreas protegidas por lo que no todas las artesanías pueden considerarse como parte del sector; aprovechando la visita a las áreas protegidas y determinando una alternativa que quizá podrá ser considerada como una estrategia de promoción es que el Centro aproveche la afluencia de turistas en el Parque Nacional Cotopaxi, ya que éste es un atractivo ícono de la provincia y una de las áreas más visitadas del país y se puede promocionar el establecimiento y sus servicios.

Tabla N° 2.12: Pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	SI	54	22,0	22,0
	NO	192	78,0	100,0
	Total	246	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.8: Pregunta 4**

Fuente: Tabla N°2.12.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 78% no conocen todas las artesanías que se elaboran en la provincia a su vez el 22% si las conocen.

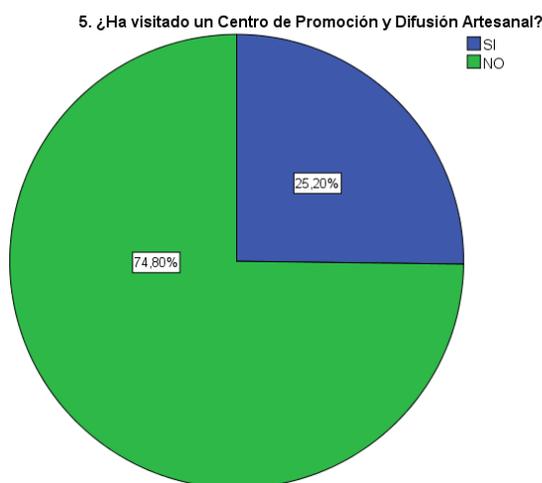
b) Análisis: Casi las tres cuartas partes de los turistas encuestados no conocen todas las artesanías que se elaboran indistintamente en la provincia, este resultado es uno de los primordiales, pues permite identificar la necesidad de que todas las artesanías cotopaxenses sean agrupadas y difundidas en un solo lugar, en un Centro que permita valorarlas y proyectarlas hacia los turistas.

Tabla N° 2.13: Pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	SI	62	25,2	25,2
	NO	184	74,8	100,0
	Total	246	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.9: Pregunta 5**

Fuente: Tabla N°2.13.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 74.8% no han visitado un centro de promoción y difusión artesanal mientras que el 25.2% si lo han visitado.

b) Análisis: La mayor parte de turistas no han visitado un Centro de promoción y difusión artesanal, este resultado es importante para el presente proyecto, pues directamente identifica que la creación del Centro sería un acierto total, proyectándose entonces como un establecimiento totalmente innovador y a la vez vivencial con los actores principales de la actividad artesanal, los artesanos, con sus respectivas obras de arte.

Tabla N° 2.14: Pregunta 6

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	SI	237	96,3	96,3
	NO	9	3,7	100,0
	Total	246	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

6. ¿Cree Ud. que la provincia de Cotopaxi debería tener un Centro de Promoción y Difusión Artesanal que permita fortalecer la identidad cultural e impulsar el patrimonio artesanal como un recurso turístico?

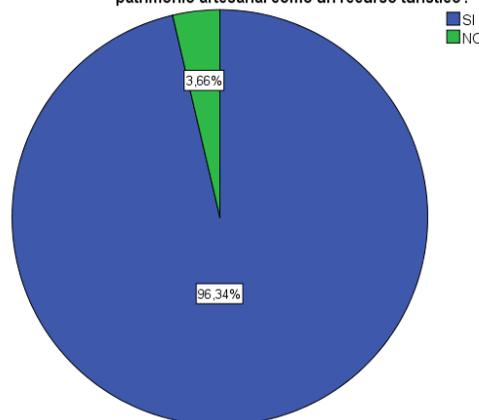


Gráfico N° 2.10: Pregunta 6

Fuente: Tabla N°2.14.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 96.3% menciona que la provincia de Cotopaxi si debería tener un centro de promoción y difusión artesanal mientras que el 3.7% menciona lo contrario.

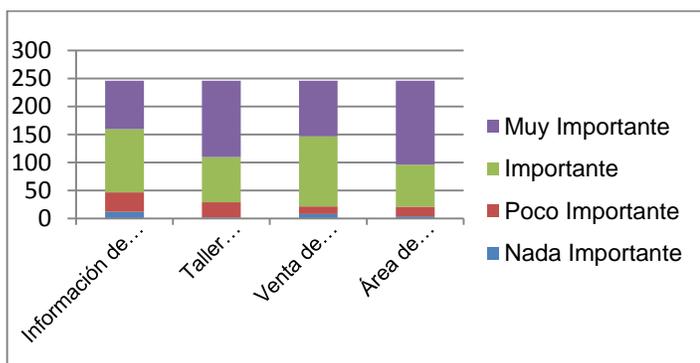
b) Análisis: Este resultado es totalmente favorable para el presente estudio ya que indica de forma directa la aceptación de la mayoría de los turistas para la creación del Centro de Promoción y Difusión Artesanal de la provincia, esto indica que los turistas que visitan la provincia no se encuentran satisfechos con la poca oferta artesanal que encuentran y requieren conocer el patrimonio artesanal con el que verdaderamente cuenta esta jurisdicción, conociendo la riqueza del arte cotopaxense a través de las artesanías y ampliando sus perspectivas de los recursos culturales con los que cuenta Cotopaxi.

Tabla N° 2.15: Pregunta 7

	Información de las artesanías	Taller demostrativo de elaboración de artesanías	Venta de artesanías	Área de interacción entre artesanos y turistas
Nada Importante	12	2	8	4
Poco Importante	35	27	14	17
Importante	113	81	125	75
Muy Importante	86	136	99	150
TOTAL	246	246	246	246

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.11: Pregunta 7**

Fuente: Tabla N°2.15.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 4 alternativas de servicios proporcionadas, existieron 150 opciones señaladas por los turistas que indican la preferencia al servicio del área de interacción entre artesanos y turistas además con 136 opciones indican la misma preferencia por el taller demostrativo de elaboración de artesanías.

b) Análisis: Dos son las opciones más preferidas por los turistas, tanto el área de interacción como el taller demostrativo serán los servicios más acogidos, ya que además de involucrar un servicio innovador y actividades diferentes para los turistas, también serán servicios que van de la mano, pues se necesita primero apreciar la demostración de la elaboración de las distintas artesanías para que después los visitantes se involucren en la actividad y decidan elaborar su producto artesanal, es preciso recalcar que el área de ventas no se descarta, ya que, será un servicio que complementa la visita al centro, permitiendo a los turistas admirar las pequeñas obras de arte cotopaxenses y dando la oportunidad de adquirirlas.

Tabla N° 2.16: Pregunta 8

	Pinturas	Tejidos	Madera	Cerámica	Alfarería	Fibras vegetales: (carrizo, totora, cabuya)
Definitivamente No	7	5	15	9	10	10
Probablemente No	22	12	20	0	6	14
Indeciso	17	53	55	15	20	62
Probablemente Sí	82	72	83	79	75	74
Definitivamente Sí	118	104	73	143	135	86
TOTAL	246	246	246	246	246	246

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

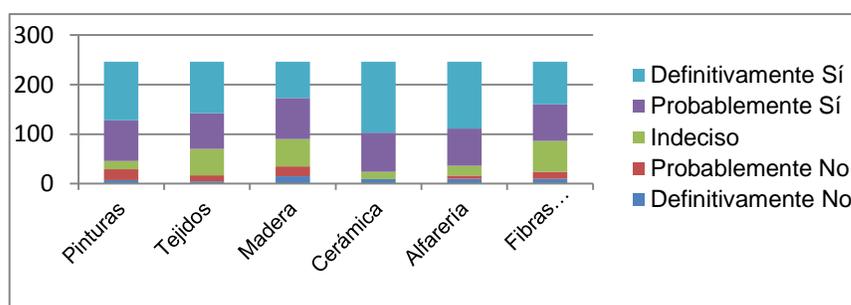


Gráfico N° 2.12: Pregunta 8

Fuente: Tabla N°2.16.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 6 alternativas de artesanías proporcionadas, existieron 143 opciones señaladas por los turistas que indican la mayor preferencia hacia artículos de cerámica, seguido de 135 opciones indicadas en alfarería, en tercer lugar 118 opciones señaladas en elaboraciones de pinturas, después las artesanías de tejidos con 104 opciones, finalmente en las elaboraciones a base de fibras vegetales y de madera no señalan una gran preferencia.

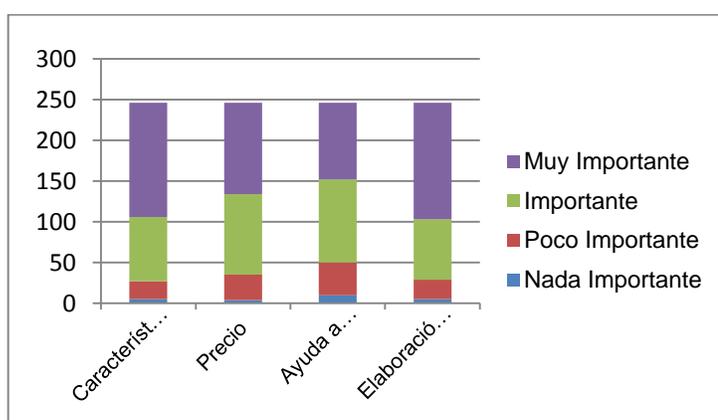
b) Análisis: A la mayoría de turistas les gustaría encontrar en el Centro artesanías a base de cerámica, alfarería, pinturas y tejidos, pero no se puede dejar de lado a las demás elaboraciones de la provincia como es el caso de los objetos en fibras vegetales y en madera, ya que, por medio del Centro se trata de difundir la actividad artesanal de la jurisdicción y promocionar las elaboraciones para que sean adquiridas por los turistas, cuando las artesanías en fibras vegetales y madera se proyecten en el Centro través de cada uno de los servicios, los visitantes conocerán de la existencia de estas elaboraciones y se dará la oportunidad a la comercialización de las mismas.

Tabla N° 2.17: Pregunta 9

	Características "material, color, diseño"	Precio	Ayuda a los artesanos del sector	Elaboración manual
Nada Importante	5	4	10	5
Poco Importante	22	31	40	24
Importante	79	99	102	74
Muy Importante	140	112	94	143
TOTAL	246	246	246	246

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.13: Pregunta 9**

Fuente: Tabla N°2.17.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 4 alternativas de aspectos proporcionados, existieron 143 opciones señaladas por los turistas que indican la importancia hacia la elaboración manual, además con 140 opciones indican hacia las características "material, color, diseño" de las artesanías, finalmente con 112 opciones consideran al precio.

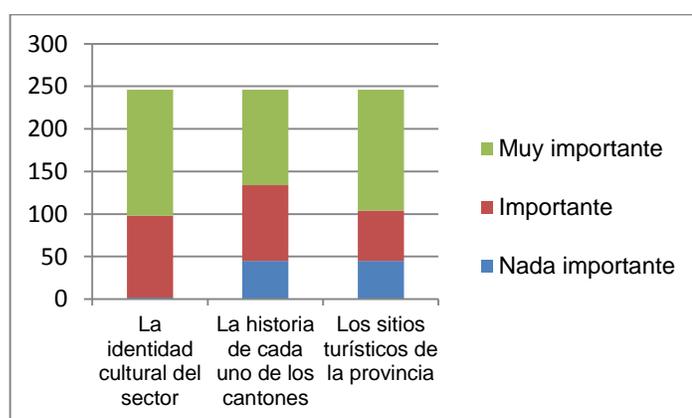
b) Análisis: Cuando los turistas adquieren artesanías consideran en su mayoría la elaboración manual en la totalidad del producto, al igual toman mucho en cuenta las características de las elaboraciones; estos resultados son de mucha importancia en lo que respecta a los servicios y principalmente a los productos que se deberán ofertar en el Centro, pues determina el contexto que es preciso llevar y proyectar hacia los turistas.

Tabla N° 2.18: Pregunta 10

	La identidad cultural del sector	La historia de cada uno de los cantones	Los sitios turísticos de la provincia
Nada importante	2	45	45
Importante	96	89	59
Muy importante	148	112	142
TOTAL	246	246	246

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.14: Pregunta 10**

Fuente: Tabla N°2.18.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 3 alternativas de aspectos proporcionados, existieron 148 opciones señaladas por los turistas que indican la importancia hacia la proyección de la identidad cultural a través de las instalaciones del Centro y con 142 opciones a su vez indican la importancia por la proyección de los sitios turísticos de la provincia.

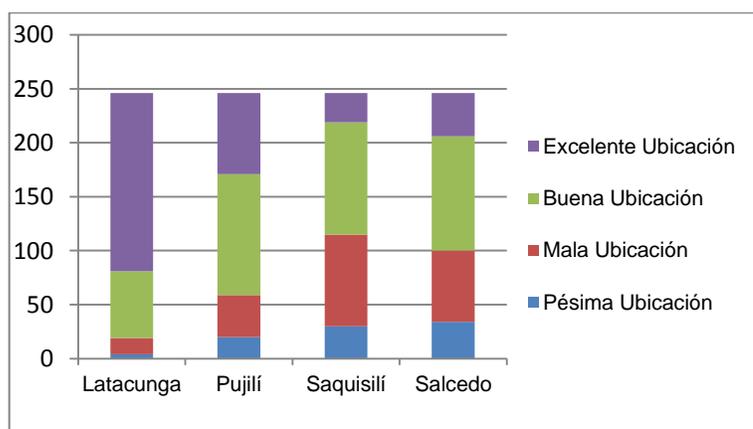
b) Análisis: Este resultado indica la preferencia de los turistas por conocer la identidad cultural de la provincia de Cotopaxi, a través, del Centro de Difusión y Promoción Artesanal, considerando al ámbito artesanal como parte de dicha identidad; quizá este aspecto puede ser algo estratégico para combinar la proyección de las instalaciones, lo primordial deberá ser la actividad artesanal como tal, pero, también se puede proyectar los mismos lugares de procedencia de los artesanos como sitios turísticos, con ello se satisface a las dos opciones mayormente señaladas.

Tabla N° 2.19: Pregunta 11

	Latacunga	Pujilí	Saquisilí	Salcedo
Pésima Ubicación	4	20	30	34
Mala Ubicación	15	39	85	66
Buena Ubicación	62	112	104	106
Excelente Ubicación	165	75	27	40
TOTAL	246	246	246	246

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.15: Pregunta 11**

Fuente: Tabla N°2.19.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 4 alternativas de cantones, existieron 165 opciones señaladas por los turistas que indican como excelente ubicación para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal a la ciudad de Latacunga, a su vez no consideran una ubicación idónea al cantón Saquisilí.

b) Análisis: Según el criterio de los turistas consideran a la ciudad de Latacunga el lugar adecuado para ser ubicado el Centro, es muy prematuro identificar la ubicación adecuada para el establecimiento, en el estudio técnico se identificará la ubicación idónea.

Tabla N° 2.20: Pregunta 12

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Blanco	17	6,9	6,9
	Gratis	32	13,0	19,9
	Depende del Servicio	4	1,6	21,5
	De \$1 a \$2	67	27,2	48,8
	De \$3 a \$5	88	35,8	84,6
	De \$6 a \$10	27	11,0	95,5
	De \$11 a \$20	11	4,5	100,0
	Total	246	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

12. De acuerdo a la respuesta anterior, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por la visita a un Centro de Promoción y Difusión Artesanal?

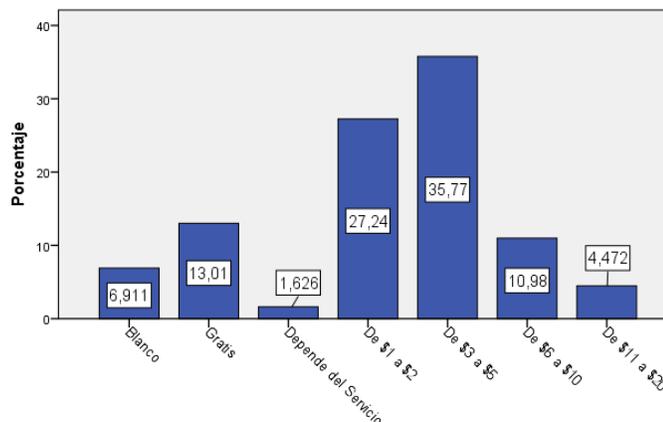


Gráfico N° 2.16: Pregunta 12

Fuente: Tabla N°2.20.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados, el 35.8% de turistas sugieren que el precio que estarían dispuestos a pagar por la visita al Centro de Promoción y Difusión Artesanal puede oscilar entre los \$3 a \$5 dólares.

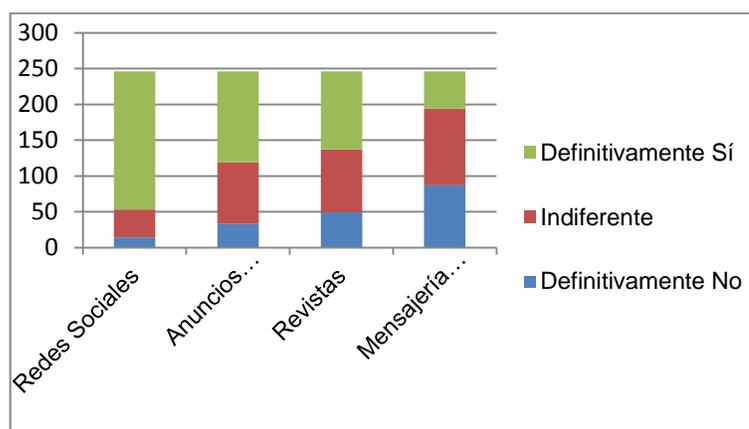
b) Análisis: Varias alternativas fueron sugeridas por los turistas para conocer el precio de ingreso, pero, la mayoría de ellos coincidieron que podrían pagar entre \$3 a \$5 dólares, este resultado es de gran ayuda para este estudio, específicamente para el análisis de precios y de la competencia, pero la determinación del precio de ingreso se tratará en el estudio financiero.

Tabla N° 2.21: Pregunta 13

	Redes Sociales	Anuncios Publicitarios	Revistas	Mensajería Instantánea
Definitivamente No	14	33	49	87
Indiferente	39	86	88	107
Definitivamente Sí	193	127	109	52
TOTAL	246	246	246	246

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.17: Pregunta 13**

Fuente: Tabla N°2.21.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 4 alternativas de medios proporcionados, existieron 193 opciones señaladas por los turistas que indican la preferencia de los encuestados hacia las redes sociales y con 127 opciones indican la misma importancia por anuncios publicitarios.

b) Análisis: La preferencia de las redes sociales por parte de los turistas encuestados se debe a que la mayoría de ellos fueron jóvenes, en edades comprendidas entre los 15 a 35 años, por lo que sería importante promocionar tanto el Centro como sus productos artesanales a través de este medio que se encuentra en auge, es decir, que la comercialización estará enfocada por estos medios virtuales, sin dejar de lado a la opción de los anuncios publicitarios pues es un medio adecuado de información para las personas que no utilizan medios virtuales.

2.5.2 Tabulación y análisis de datos obtenidos de artesanos

Las encuestas fueron aplicadas a los artesanos en el transcurso del mes de Noviembre del año 2013, a continuación se presentan los datos obtenidos en la investigación de campo.

Tabla N°2.22: Pregunta A2

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Masculino	71	39,0	39,0
	Femenino	111	61,0	100,0
	Total	182	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

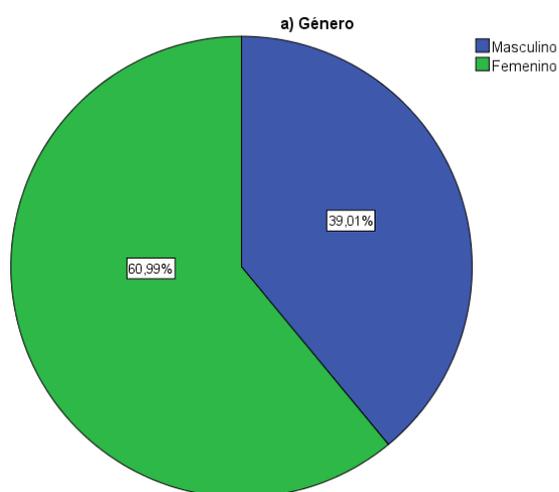


Gráfico N° 2.18: Pregunta A2

Fuente: Tabla N°2.22.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 61% fueron parte del género femenino mientras que el 39% fueron parte del género masculino.

b) Análisis: La mayoría de artesanas encuestadas fueron mujeres, porcentaje que indica que actualmente las mujeres también tienen una participación en la actividad económica familiar, además, estos resultados proyectan a que tanto hombres como mujeres artesanos deberán formar parte del Centro.

Tabla N° 2.23: Pregunta B2

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	18-25 años	15	8,2	8,2
	26-35 años	37	20,3	28,6
	36-45 años	28	15,4	44,0
	46-55 años	44	24,2	68,1
	56-65 años	48	26,4	94,5
	De 66 en adelante	10	5,5	100,0
	Total	182	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

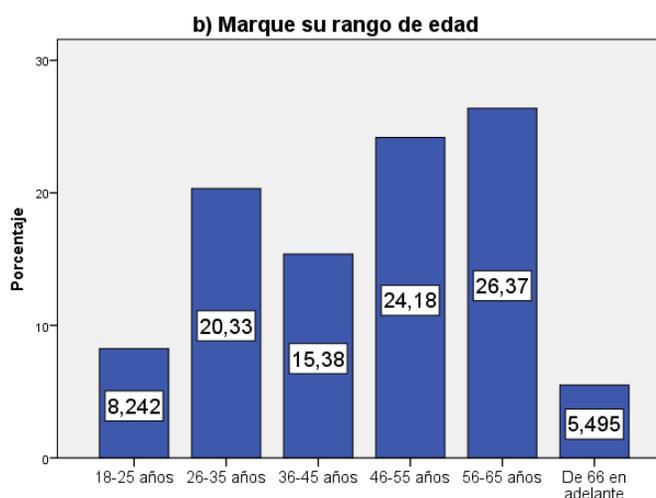


Gráfico N° 2.19: Pregunta B2

Fuente: Tabla N°2.23.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 26.4% se encuentran en el rango de edad de entre 56 a 65 años, mientras que el 24.2% se encuentran entre los 46 a 55 años, a su vez el 20.3% se encuentran entre 26 a 35 años de edad.

b) Análisis: Los artesanos encuestados en su mayoría oscilaban entre los 46 a 65 años de edad, es decir, son personas adultas que por lo general aún conservan el legado familiar de generaciones anteriores y que con la venta de sus elaboraciones obtienen ingresos para su subsistencia.

Tabla N° 2.24: Pregunta 1

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Agricultura	6	3,3	3,3
	Artesanía	172	94,5	97,8
	Otras	4	2,2	100,0
	Total	182	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

1. De las actividades económicas que se desarrolla en su comunidad o barrio, ¿cuál de ellas representan mayores ingresos para su familia?

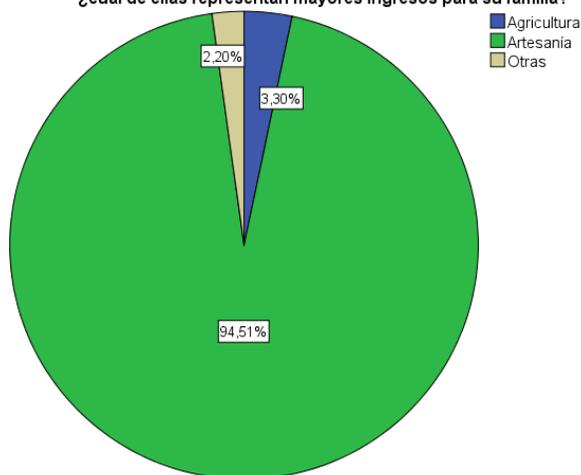


Gráfico N° 2.20: Pregunta 1

Fuente: Tabla N°2.24.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 94.5% afirmaron que la artesanía es su principal fuente de ingresos, mientras que la agricultura y otras actividades entre ellas el servicio de restaurante no representan mayores ingresos.

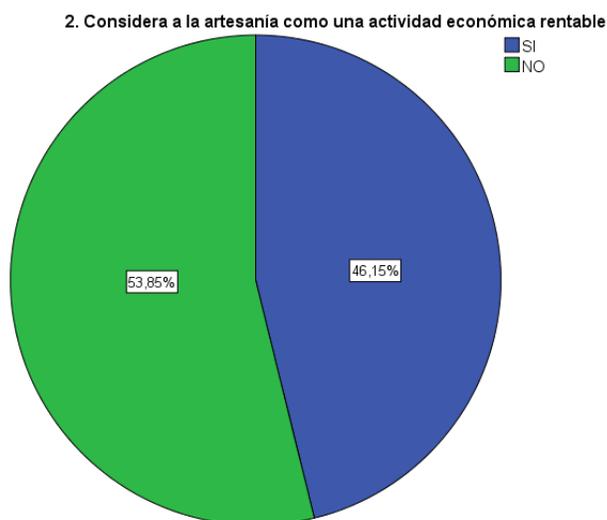
b) Análisis: Al ser las mujeres artesanas la mayor parte de encuestadas, se puede identificar que ellas se dedican a la actividad artesanal como ayuda para la subsistencia familiar, pues ante la actual situación económica del país, los jefes de hogar han optado por otras alternativas de trabajo fuera de sus lugares de residencia, entonces la actividad artesanal es un apoyo económico para las mujeres que siguen en sus hogares.

Tabla N° 2.25: Pregunta 2

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	SI	84	46,2	46,2
	NO	98	53,8	100,0
	Total	182	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.21: Pregunta 2**

Fuente: Tabla N°2.25.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 53.8% considera que la artesanía no es una actividad rentable mientras que el 46.2% menciona que si lo es.

b) Análisis: La actividad artesanal constituye un apoyo en la economía familiar de los hogares que se dedican a esta actividad, no consideran que deja grandes utilidades, pero si constituye una gran ayuda, ya que, como se mencionó en el análisis anterior los jefes de hogar han migrado y han optado por otras actividades para la subsistencia familiar, pero, las mujeres continúan en la labor artesanal para ayudarse a través de las ventas que logren de sus elaboraciones.

Tabla N° 2.26: Pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Diariamente	34	18,7	18,7
	Semanalmente	113	62,1	80,8
	Mensualmente	26	14,3	95,1
	Semestralmente	9	4,9	100,0
	Total	182	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

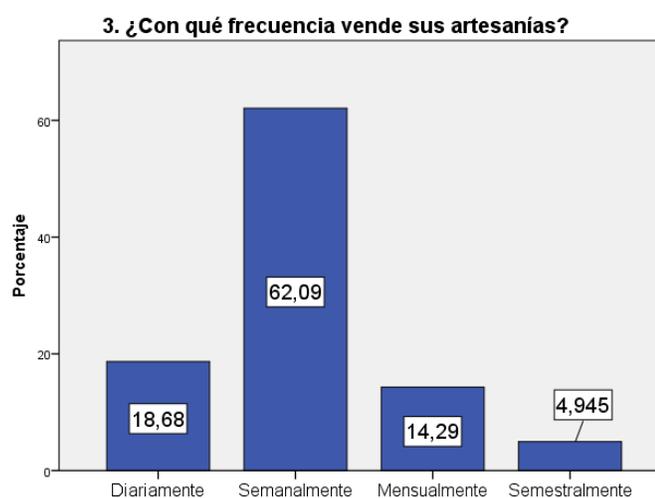


Gráfico N° 2.22: Pregunta 3

Fuente: Tabla N°2.26.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de artesanos encuestados el 62.1% afirmaron que venden sus artesanías semanalmente, a su vez el 18.7% las venden todos los días.

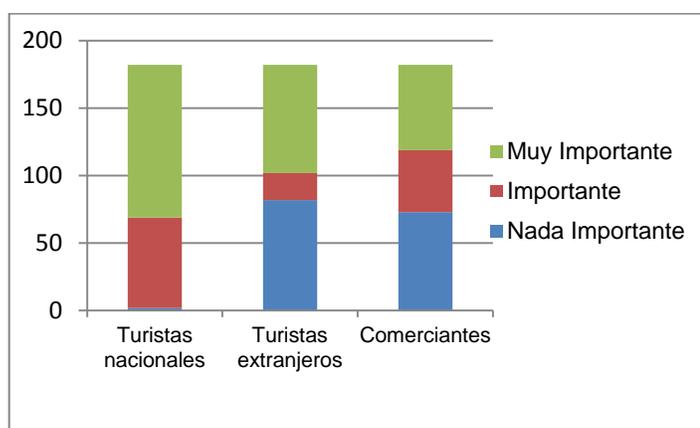
b) Análisis: La comercialización de las artesanías no se da en un porcentaje mayoritario de manera diaria, ya que, depende de varias circunstancias, pues si se trata de feriados, fines de semana tal vez la demanda incrementará, es por ello que la venta de las artesanías varía de un día a otro.

Tabla N° 2.27: Pregunta 4

	Turistas nacionales	Turistas extranjeros	Comerciantes
Nada Importante	2	82	73
Importante	67	20	46
Muy Importante	113	80	63
TOTAL	182	182	182

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.23: Pregunta 4**

Fuente: Tabla N°2.27.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 3 alternativas proporcionadas, existieron 113 opciones señaladas por los artesanos que indican la importancia considerable en cuanto a la comercialización hacia turistas nacionales.

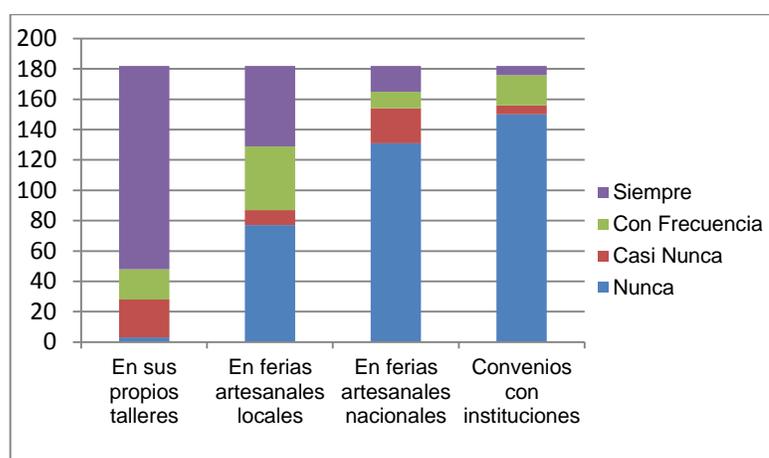
b) Análisis: Según los artesanos encuestados la comercialización de las artesanías cotopaxenses en su gran mayoría es a los turistas y visitantes nacionales, pero no descartan por completo tanto a los turistas extranjeros como a los comerciantes.

Tabla N° 2.28: Pregunta 5

	En sus propios talleres	En ferias artesanales locales	En ferias artesanales nacionales	Convenios con instituciones
Nunca	3	77	131	150
Casi Nunca	25	10	23	6
Con Frecuencia	20	42	11	20
Siempre	134	53	17	6
TOTAL	182	182	182	182

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.24. Pregunta 5**

Fuente: Tabla N°2.28.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 4 alternativas de lugares proporcionados, existieron 134 opciones señaladas por los artesanos que indican la frecuencia con la que venden sus artesanías en sus propios talleres.

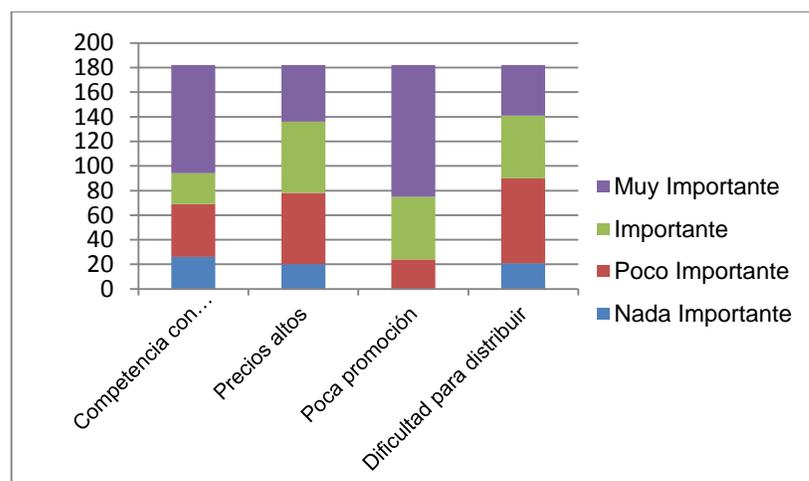
b) Análisis: La mayoría de los artesanos cotopaxenses tratan de vender sus elaboraciones en sus propios talleres debido a varias circunstancias, entre ellas, la dificultad y los gastos que incurren en trasladarse hacia otros lugares como ferias provinciales o nacionales y principalmente porque hay que considerar que como la mayoría de personas que continúan con la labor artesanal son mujeres y se les hace muy complicado abandonar el hogar ya que, por lo general los talleres son en sus mismas casas.

Tabla N° 2.29: Pregunta 6

	Competencia con otros productos	Precios altos	Poca promoción	Dificultad para distribuir
Nada Importante	26	20	0	21
Poco Importante	43	58	24	69
Importante	25	58	51	51
Muy Importante	88	46	107	41
TOTAL	182	182	182	182

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.25: Pregunta 6**

Fuente: Tabla N°2.29.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 4 alternativas de inconvenientes proporcionadas, existieron 107 opciones señaladas por los artesanos que indican que el mayor inconveniente que ellos tienen es la poca promoción de sus elaboraciones para ser comercializadas.

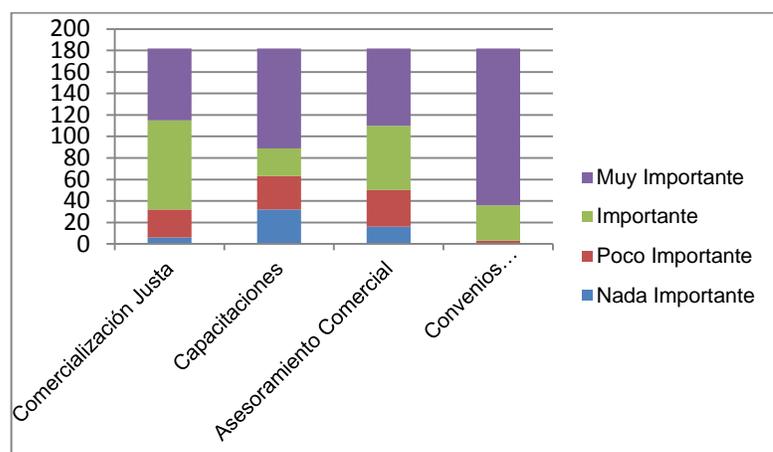
b) Análisis: La mayoría de artesanos manifestaron que no existe la suficiente promoción para que sus productos sean conocidos y por ende comercializados, éste resultado favorece para el presente proyecto, pues uno de los objetivos del Centro es la difusión de la actividad artesanal y la promoción de las artesanías cotopaxenses.

Tabla N° 2.30: Pregunta 7

	Comercialización Justa	Capacitaciones	Asesoramiento Comercial	Convenios Gubernamentales
Nada Importante	6	32	16	0
Poco Importante	26	31	34	3
Importante	83	26	60	33
Muy Importante	67	93	72	146
TOTAL	182	182	182	182

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.26: Pregunta 7**

Fuente: Tabla N°2.30.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 4 alternativas de beneficios proporcionadas, existieron 142 opciones señaladas por los artesanos, las mismas que indican que el beneficio que ellos conocen y a su vez les gustaría recibir al formar parte de un Centro son los convenios gubernamentales.

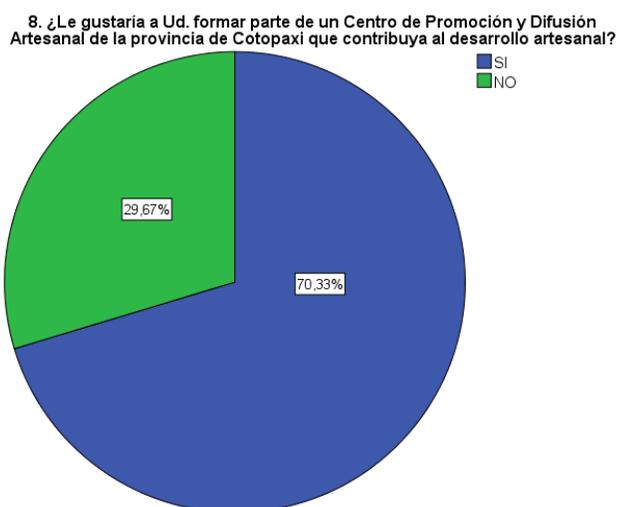
b) Análisis: Uno de los beneficios que más les atrae a la mayoría de artesanos son los convenios gubernamentales ya que les parece muy importante tener un contacto directo que les permita comercializar un mayor porcentaje sus artesanías y que a su vez trasciendan hacia otras localidades.

Tabla N° 2.31: Pregunta 8

		Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	SI	128	70,3	70,3
	NO	54	29,7	100,0
	Total	182	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.27: Pregunta 8**

Fuente: Tabla N°2.31.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: Del 100% de encuestados el 70.3% si le gustaría formar parte de un centro de promoción y difusión artesanal, mientras que al 29.7% no le gustaría formar parte del mismo.

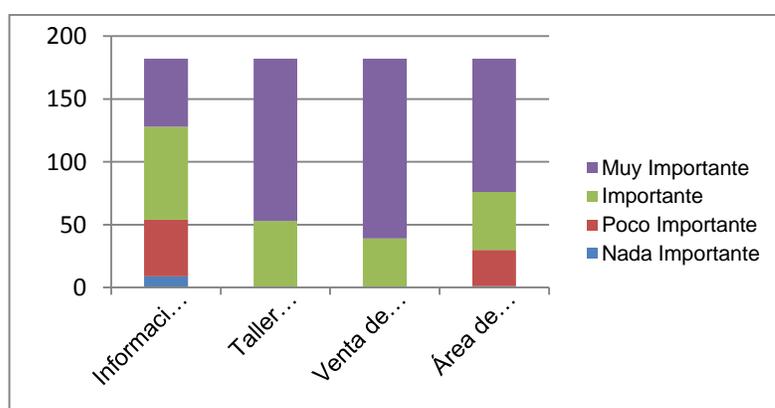
b) Análisis: A la tercera parte de artesanos encuestados, es decir, a 128 artesanos les gustaría formar parte del Centro, es un resultado favorable para el presente proyecto, pues de este modo se puede ver la aceptación y la acogida que tendrá el mismo por parte de los artesanos y que pueden ver como una alternativa para continuar elaborando sus artesanías y comercializarlas en un lugar determinado.

Tabla N° 2.32: Pregunta 9

	Información de las artesanías	Taller demostrativo de elaboración de artesanías	Venta de artesanías	Área de interacción entre artesanos y turistas
Nada Importante	9	0	0	1
Poco Importante	45	0	0	29
Importante	74	53	39	46
Muy Importante	54	129	143	106
TOTAL	182	182	182	182

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.28: Pregunta 9**

Fuente: Tabla N°2.32.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 4 alternativas de servicios proporcionadas, existieron 143 opciones señaladas por los artesanos, las mismas que indican que el servicio que consideran con mayor importancia es el de la venta de las artesanías y con 129 opciones el taller demostrativo de elaboración de artesanías.

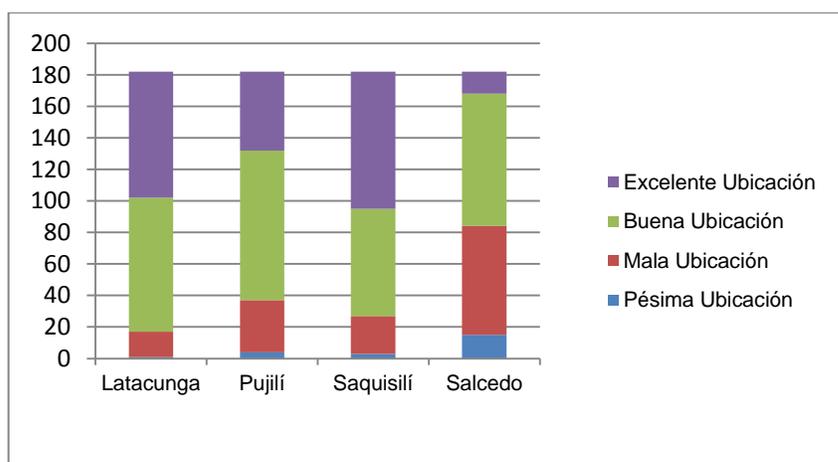
b) Análisis: Para los artesanos el servicio más importante que debería tener el Centro es la venta de artesanías que represente a toda la provincia, pero no hay que descartar el servicio innovador del taller demostrativo y área de interacción, ya que para los turistas este servicio sería muy acogido y hay que considerar la satisfacción tanto de los artesanos como de los turistas.

Tabla N° 2.33: Pregunta 10

	Latacunga	Pujilí	Saquisilí	Salcedo
Pésima Ubicación	1	4	3	15
Mala Ubicación	16	33	24	69
Buena Ubicación	85	95	68	84
Excelente Ubicación	80	50	87	14
TOTAL	182	182	182	182

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Gráfico N° 2.29: Pregunta 10**

Fuente: Tabla N°2.33.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

a) Interpretación: De las 4 alternativas de cantones proporcionadas, existieron 87 opciones señaladas por los artesanos, las mismas que indican la gran preferencia por el cantón Saquisilí así como 80 opciones para la ciudad de Latacunga.

b) Análisis: Según el criterio de los artesanos el cantón Saquisilí y Latacunga podrían ser los posibles lugares para que se ubique el Centro, en lo que respecta a la ubicación idónea es preciso analizarla en el estudio técnico, que se desarrollará en el siguiente capítulo.

2.5.3 Resultados de las encuestas realizadas

Resultados obtenidos de los turistas:

El 57% de turistas encuestados fueron hombres, el 65% tenían una edad comprendida entre 15 a 35 años, en cuanto a la ocupación, el 34% fueron empleados privados, a su vez, 196 encuestados, es decir, la mayoría fueron ecuatorianos. El 27% de turistas visitaron la provincia de Cotopaxi por primera vez y el 26% visitaron los atractivos una vez al año y con mayor énfasis prefirieron visitar las áreas protegidas; los turistas durante su visita si adquirieron fácilmente artesanías, no necesariamente pueden ser de origen cotopaxense, pero, si adquieren algún tipo de *souvenir*, a su vez, el 78% de turistas no conocían todas las artesanías que se confeccionan en cada uno de los cantones de la provincia; en lo que respecta a los centros de difusión y promoción artesanal, el 75% de turistas no conocían ni han visitado dicho lugar tal vez el desconocimiento se debía a que en el medio no se han desarrollado proyectos que consideren a la actividad artesanal como parte vital de la identidad y cultura de quienes realizan estas pequeñas obras de arte, precisamente para impulsar este aspecto importante e impedir que ese legado cultural desaparezca, el 96% de turistas estuvieron de acuerdo que la provincia de Cotopaxi debería contar con un Centro de Promoción y Difusión Artesanal e incluso sugirieron que como un servicio innovador debería existir un área específica de interacción entre turistas y artesanos, lugar que les permitiría manipular los materiales y herramientas que se utiliza para la confección de las artesanías; desde el punto de vista de los turistas, sugirieron que en el centro debería promocionarse las artesanías elaboradas en cerámica, alfarería, pinturas y tejidos, elaboraciones que podrían ser muy llamativas no solo para adquirirlas, sino por su proceso de elaboración, pues es preciso indicar que la mayoría de encuestados prefirieron que las artesanías sean confeccionadas manualmente en su totalidad; como la actividad artesanal es un legado cultural de gran importancia, la mayoría de encuestados indicaron que se debería proyectar dicho aspecto en las instalaciones y a su vez consideraron a la ciudad

de Latacunga como sitio ideal para la ubicación del Centro y con un precio sugerido de entre \$3 a \$5 dólares por la visita, finalmente a la mayoría de turistas les gustaría que el Centro utilice como medio publicitario las redes sociales, pues es un medio que actualmente todas las personas, organizaciones y empresas lo utilizan.

Resultados obtenidos de los artesanos:

El 61% de artesanos encuestados fueron mujeres, el 50% comprendieron una edad entre 46 a 65 años, en cuanto a las actividades económicas, el 94% consideró a la artesanía como la actividad económica que genera ingresos para su familia, el 54% de artesanos no consideró a la artesanía como una actividad económica rentable, pero sí de gran ayuda para el sustento familiar de sus hogares, ya que, 113 artesanos mencionaron que logran comercializar sus elaboraciones semanalmente, a su vez, la mayoría consideró uno de los principales clientes a los turistas nacionales, ya que éstos denotan más interés y adquieren las artesanías; la mayor parte de elaboraciones artesanales son vendidas en los propios talleres de los artesanos; en lo que respecta a los inconvenientes más frecuentes los artesanos mencionaron que es la poca promoción de sus artesanías para ser comercializadas, la mayor parte de artesanos fueron personas que están radicadas en sectores rurales, al estar involucrados en este ambiente no todos tienen la oportunidad de conocer diferentes alternativas para impulsar la actividad artesanal, una de éstas alternativas son los centros de difusión y promoción artesanal que además puede brindar beneficios directos a los artesanos, uno de los beneficios que les agradó con mayor énfasis son los convenios gubernamentales para que sus elaboraciones tengan mayor alcance de comercialización; es por ello que al 70% de artesanos encuestados les gustaría formar parte del Centro y sugieren que el principal servicio del mismo debería estar enfocado en la venta de las artesanías, finalmente como una ubicación estratégica sugieren al cantón Saquisilí.

2.6 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

En lo que respecta al análisis de la demanda y proyección de la misma se tomó como referencia los datos presentados por el Ministerio del Ambiente a través de los turistas que llegan a las áreas protegidas de la jurisdicción de Cotopaxi, se consideró como una estadística con mayor alcance cuando se trata a nivel provincial.

Para la presente proyección se utilizará el método de mínimos cuadrados que es una técnica de optimización matemática que, dada una serie de mediciones, intenta encontrar una función que se aproxime a los datos (un "mejor ajuste"). Intenta minimizar la suma de cuadrados de las diferencias ordenadas (llamadas residuos) entre los puntos generados por la función y los correspondientes en los datos, es decir, utilizando solamente las mediciones experimentales se obtendrá la pendiente y la ordenada al origen de la recta que mejor se ajuste a tales mediciones. (Pineda, 2008)

2.6.1 Proyección de la demanda anual de turistas

Para el respectivo procedimiento se realizó un cuadro global de las 4 áreas protegidas de la provincia de Cotopaxi, sumando el número de visitas anuales desde el año 2003 hasta el año 2012 ya que al momento no se encontraron más datos publicados:

Tabla N° 2.34: Método de Mínimos Cuadrados para la Proyección de la Demanda

AÑO	(Año) X	(Total visitas) Y	X*Y	X ²	Y ²
2003	1	73356	73356	1	5381102736
2004	2	87376	174752	4	30538261504
2005	3	98912	296736	9	88052253696
2006	4	110448	441792	16	195180171264
2007	5	110331	551655	25	304323239025
2008	6	104229	625374	36	391092639876
2009	7	113451	794157	49	630685340649
2010	8	111131	889048	64	790406346304
2011	9	178592	1607328	81	2583503299584
2012	10	217024	2170240	100	4709941657600
TOTAL	55	1204850	7624438	385	9729104312238

Fuente: (Álvarez) y (AMBIENTE, 2012).

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

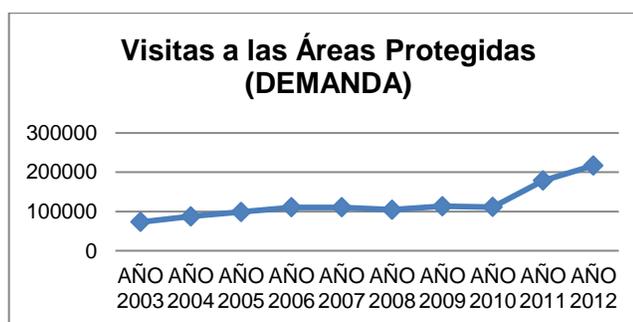


Gráfico N° 2.30: Visita a las Áreas Protegidas (Demanda)

Fuente: (AMBIENTE, 2012).

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Se procede a calcular la ecuación de proyección:

$b = \frac{N * \Sigma(X * Y) - \Sigma X * \Sigma Y}{N * \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$ $b = \frac{10 * (7624438) - 55 * 1204850}{10 * 385 - (55)^2}$ $b = \frac{9977630}{825}$ $b = 12094.097$	$a = \frac{\Sigma Y - b * \Sigma X}{N}$ $a = \frac{1204850 - 12094.097 * 55}{10}$ $a = \frac{539674.665}{10}$ $a = 53967.4667$
---	--

Ecuación 2.3: Proyección lineal $y = bx + a$

Con la aplicación de esta ecuación se continúa con el procedimiento para obtener las diferentes proyecciones que recibirán las 4 áreas protegidas de Cotopaxi:

Tabla N° 2.35: Proyección de la demanda anual de turistas

AÑOS	(Año a proyectar) X	Proyección
Año 2013	11	187.003
Año 2014	12	199.097
Año 2015	13	211.191
Año 2016	14	223.285
Año 2017	15	235.379
Año 2018	16	247.473
Año 2019	17	259.567
Año 2020	18	271.661
Año 2021	19	283.755
Año 2022	20	295.849
Año 2023	21	307.944
	TOTAL	2.722.203

Fuente: (Álvarez) y (AMBIENTE, 2012).

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

En base a la estadística de las 4 áreas protegidas de la provincia presentada previamente se proyectó la llegada de turistas para los siguientes 11 años, teniendo un total de 2.722.203 visitas proyectadas.

2.7 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

En la provincia se ha identificado cierto número de ferias y establecimientos artesanales que a su vez se consideraron como la oferta artesanal existente en la jurisdicción de Cotopaxi, es preciso indicar que se realizó un trabajo de campo levantando la oferta, ya que, no existe ninguna estadística de establecimientos como de ferias artesanales; es importante destacar que en el caso de los establecimientos solo se han limitado a la venta y a su vez las ferias no se desarrollan todos los días de la semana y acoge pocos de los productos

que se elaboran en la provincia. En el Anexo N°03 se adjuntan las fichas levantadas en el trabajo de campo que identifica a los 29 establecimientos y ferias artesanales; a continuación se muestra un cuadro general identificando el número de establecimientos como de ferias.

Tabla N° 2.36: Establecimientos y ferias artesanales

TIPO	NÚMERO
GALERÍAS	5
TIENDAS	20
FERIAS	4
TOTAL	29

Fuente: Investigación de Campo año 2013.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

2.7.1 Proyección de la oferta anual

Para este procedimiento se realizó un cuadro generalizando el número aproximado de visitantes o turistas que llegan de forma anual hacia los establecimientos y a las ferias desde el año 2003 hasta el año 2012, los datos fueron obtenidos en la investigación de campo y proporcionados por los propietarios tanto de las tiendas y galerías así como de los propietarios de las casetas y puestos de las ferias que se desarrollan respectivamente en los cantones, cabe destacar que son datos estimados por los artesanos.

Tabla N° 2.37: Método de Mínimos Cuadrados para la Proyección de la Oferta

AÑO	(Año) X	(Visitas de Turistas) Y	X*Y	X ²	Y ²
Año 2003	1	10680	10680	1	114062400
Año 2004	2	12270	24540	4	150552900
Año 2005	3	14850	44550	9	220522500
Año 2006	4	15750	63000	16	248062500
Año 2007	5	16800	84000	25	282240000
Año 2008	6	17550	105300	36	308002500
Año 2009	7	18840	131880	49	354945600
Año 2010	8	20250	162000	64	410062500
Año 2011	9	21540	193860	81	463971600
Año 2012	10	26610	266100	100	708092100
TOTAL	55	175140	1085910	385	3260514600

Fuente: (Álvarez) e Investigación de Campo año 2013.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

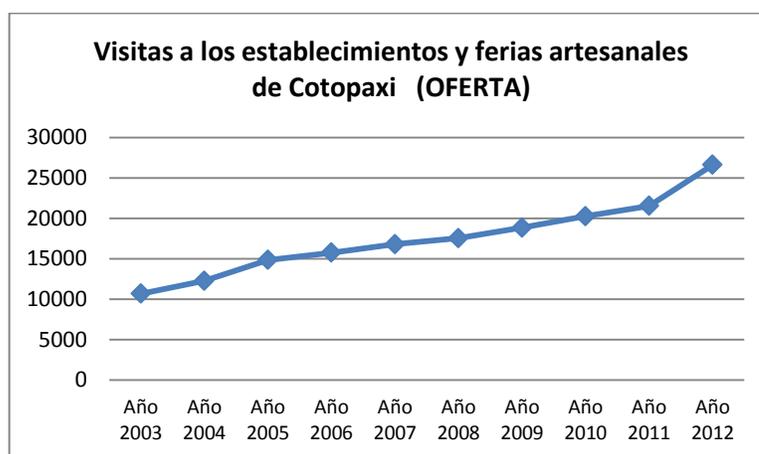


Gráfico N° 2.31: Mercado captado por la Oferta

Fuente: (Álvarez) e Investigación de Campo año 2013.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Se calcula la ecuación de proyección:

$b = \frac{N * \Sigma(X * Y) - \Sigma X * \Sigma Y}{N * \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$ $b = \frac{10 * (1085910) - 55 * 175140}{10 * 385 - (55)^2}$ $b = \frac{1226400}{825}$ $b = 1486.545455$	$a = \frac{\Sigma Y - b * \Sigma X}{N}$ $a = \frac{175140 - 1486.545 * 55}{10}$ $a = \frac{93379.99}{10}$ $a = 9338$
--	--

Ecuación de la Proyección (lineal): $y = bx + a$

Con la aplicación de la ecuación se continúa con el procedimiento para obtener las diferentes proyecciones para los establecimientos y ferias artesanales ofertantes para los siguientes 11 años:

Tabla N° 2.38: Proyección de la oferta anual de visitas a establecimientos y ferias artesanales

AÑO	(Año a proyectar) X	Proyección
Año 2013	11	25.690
Año 2014	12	27.177
Año 2015	13	28.663
Año 2016	14	30.150
Año 2017	15	31.636
Año 2018	16	33.123
Año 2019	17	34.609
Año 2020	18	36.096
Año 2021	19	37.582
Año 2022	20	39.069
Año 2023	21	40.555
	TOTAL	364.350

Fuente: (Álvarez) e Investigación de Campo año 2013.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Se estima que para los siguientes años tanto los establecimientos como las ferias artesanales reciban 364.350 visitantes, se recalca que la proyección se realizó en base a los datos proporcionados por los artesanos propietarios de las tiendas, galerías y puestos de las ferias.

2.8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

2.8.1. Competencia Directa

En lo que se refiere a la competencia se puede decir que este proyecto no tiene una competencia directa ubicada en la misma provincia de Cotopaxi, sería el primer Centro de Promoción y Difusión Artesanal que se llegaría a desarrollar; el sector artesanal en general cuenta con Centros de Formación Artesanal que poseen objetivos totalmente diferentes como el de capacitar profesionalmente a los artesanos en sus distintas ramas de actividad, mientras que el presente proyecto trata de promocionar los productos artesanales y difundir la identidad cultural que conlleva a dichas elaboraciones.

2.8.2 Competencia Indirecta

Como se analizó en el marco referencial de este proyecto, en ciertos lugares del país existen establecimientos que guardan alguna semejanza con lo que se quiere proponer para el Centro, es así, que se ha considerado a ciertos lugares como una competencia indirecta a nivel nacional y en lo que respecta a nivel local se puede mencionar a los Centros de Formación Artesanal los mismos que se explicaron anteriormente.

Cuadro N° 2.1: Competencia Indirecta

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	CAPACIDAD DISPONIBLE	PRECIO POR INGRESO	SERVICIOS SIMILARES
Museo Etnohistórico de Artesanías del Ecuador, Mindalae	Quito (Barrio la Mariscal)	6 salas de exposición	El valor es de \$3.00 adultos \$1.50 niños	Información cultural, social y ambiental de las artesanías tradicionales.
Museo Artesanal de Gualaceo	Gualaceo (Av. Sucre y Loja)	1 sala de exposición	Gratuito	Promoción Sociocultural a través de la difusión del arte, mejoramiento de la calidad, el diseño, la producción y precio de la artesanía.
Museo del Sombrero de Paja Toquilla (Casa Paredes).	Cuenca (Calle Larga 10-41 a un costado del río Tomebamba)	4 salas de exposición y 1 de venta	Gratuito	Proyección del proceso de elaboración de la artesanía (sombrero).
Museo y Fábrica Textil Imbabura	Antonio Ante (Atuntaqui)	5 salas de exposición	No definido	Exposición de la elaboración textil a través de los años.
Museo Etnográfico del Pueblo Salasaca	Parroquia Salasaca, a un costado de la carretera Ambato-Pelileo	4 salas de exposición y 1 de venta (artesanías)	El valor es de \$3.00 adultos y los niños gratis.	Proyección de los modos de vida, costumbres y tradiciones que han conservado los Salasacas.

Fuente: Investigación de Campo año 2013.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

2.9 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

La demanda potencial insatisfecha es la diferencia obtenida entre la demanda proyectada y la oferta proyectada, para el año 2014 se estima una demanda potencial insatisfecha anual de 171.920 turistas, y para el año 2023 de 267.389 turistas, estos datos indican que el mercado artesanal al que se quiere incursionar a través del Centro de promoción y Difusión Artesanal es relativamente bueno ya que existirán turistas y visitantes insatisfechos de la oferta actual, es preciso indicar que no se puede llegar a la totalidad de dicha demanda insatisfecha, pues depende del tamaño y capacidad instalada que se establezca para el Centro, análisis que se determinará en el estudio técnico.

Tabla N° 2.39: Demanda potencial insatisfecha mensual

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
	D	O	DPI=D-O
Año 2014	199097	27177	171.920
Año 2015	211191	28663	182.528
Año 2016	223285	30150	193.135
Año 2017	235379	31636	203.743
Año 2018	247473	33123	214.350
Año 2019	259567	34609	224.958
Año 2020	271661	36096	235.565
Año 2021	283755	37582	246.173
Año 2022	295849	39069	256.780
Año 2023	307944	40555	267.389

Fuente: (Álvarez) e Investigación de Campo año 2013.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

2.10 ANÁLISIS DEL SERVICIO Y PRECIOS

En lo que respecta al servicio es importante indicar que para el Centro de Promoción y Difusión Artesanal se considerará las áreas propuestas en el diseño del instrumento de investigación (encuesta), además de enfocarse en la competencia indirecta nacional para que de este modo se logre proyectar una

imagen que identifique al centro, a través, de una marca y diseño exclusivo en sus instalaciones y por ende denotando calidad de las artesanías que se elaboren y se comercialicen al interior del Centro.

En lo que se refiere al Precio se deberá analizar y proyectar un precio acorde a la competencia indirecta:

Cuadro N° 2.2: Análisis del servicio y precios de la competencia indirecta

ESTABLECIMIENTO	PRECIO POR INGRESO
Museo Ethnohistórico de Artesanías del Ecuador, Mindalae	El valor es de \$3.00 adultos \$1.50 niños
Museo Artesanal de Gualaceo	Gratuito
Museo del Sombrero de Paja Toquilla (Casa Paredes).	Gratuito
Museo y Fábrica Textil Imbabura	No definido (reconstrucción)
Museo Etnográfico del Pueblo Salasaca	El valor es de \$3.00 adultos y los niños gratis.

Fuente: Investigación de Campo año 2013.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Además es preciso indicar que según el criterio y sugerencia de los turistas a través de la aplicación de las encuestas en su mayoría opinaron que el ingreso al Centro oscile entre \$3 a \$5 dólares y otro grupo sugirió el valor entre \$1 a \$2 dólares, considerando las referencias antes indicadas y para obtener un mejor resultado se ha considerado determinar el precio de ingreso al Centro en el Estudio Financiero, porque en este punto no se cuenta con los costos totales.

2.11 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

Para una adecuada comercialización es preciso identificar los posibles canales que servirán para que el Centro de Difusión y Promoción Artesanal pueda vender sus servicios así como las artesanías.

Para el presente análisis ha sido importante adoptar una planeación estratégica, el marketing mix, analizando cada uno de sus componentes en el presente proyecto con las respectivas estrategias a utilizar con el fin de acercarse a los turistas y consumidores.

Es preciso recordar que el marketing mix constituye una serie de herramientas de mercadotecnia que en este caso se puede adoptar para que el Centro obtenga una respuesta efectiva en cuanto a la demanda del servicio a ofrecer. A continuación se analizan cada uno de los componentes del marketing mix para el presente proyecto:

2.11.1 Producto

El Centro de Difusión y Promoción Artesanal de la provincia de Cotopaxi busca ser un establecimiento único en el ámbito turístico, cultural y educativo, ideal para ser visitado tanto por turísticas nacionales como extranjeros, así como visitantes en general que deseen conocer y tener la experiencia de compartir un momento artístico-cultural con los artesanos de la provincia.

Entre los servicios que causarán más expectativas son las áreas de taller demostrativo y la de interacción con los artesanos, especialmente la última ya que los visitantes tendrán la oportunidad de conocer y manipular los materiales y las herramientas que se utilizan para las elaboraciones, principalmente tendrán la apertura de elegir y elaborar su propia artesanía con la ayuda del artesano, una forma ideal para proyectar un servicio vivencial e interacción directa con los actores de la actividad artesanal.

Otro servicio del Centro es un área de venta de artesanías, donde los turistas y visitantes podrán observar y seleccionar la artesanía que deseen, en este punto hay que precisar que las artesanías serán consideradas como el producto que se ofertará en el establecimiento, que por supuesto se considerará las sugerencias de los turistas encuestados, ya que, se pretende que la característica principal de los productos artesanales sea su calidad a través de su elaboración única y totalmente manual, con materias primas

óptimas y que por supuesto no pierda de ninguna manera esa identidad cultural que proyecte a los visitantes, el establecimiento pretenderá dar a conocer todas las artesanías previamente analizadas en el capítulo 1, demostrando que todas las elaboraciones poseen su importancia y difundirlas de tal manera que todos los visitantes conozcan la riqueza artesanal de la provincia. Si bien es cierto que algunas elaboraciones ya han trascendido fronteras provinciales, se pretende manejar la promoción y difusión de las artesanías de igual forma para cada una de ellas, para que se desarrollen todas en conjunto como el producto estrella del establecimiento. En este aspecto se puede considerar un pequeño detalle que ayudará a la presentación de los productos artesanales a través de la proyección de la marca del Centro a través de las fundas que servirán para colocar las artesanías destinadas para los visitantes.

2.11.2 Precio

El precio constituye una cantidad monetaria a ser cobrada a cambio de la prestación del servicio y por supuesto por los productos artesanales, en este análisis no se puede definir el precio porque más adelante en el estudio financiero se determinará el precio de entrada al Centro; pero si es preciso indicar que el precio como tal involucra una serie de aspectos, entre ellos los principios del establecimiento, la competencia, y sobre todo los costos.

Sin embargo como parte de este análisis se pretende establecer ciertas políticas con respecto al precio:

- En lo que respecta al precio de ingreso al Centro, puede resultar importante fijar un precio promocional de acuerdo a las temporadas durante el transcurso del año, es decir, se puede establecer un precio menor a lo normal por temporadas bajas que no exista mucha afluencia de turistas o visitantes.
- Determinar precios promocionales de acuerdo al número de personas que lleguen al centro, es decir, si el número de visitantes es grande de 10 en adelante por ejemplo, se podrá entregar una entrada gratis.

- El precio promocional puede también resultar apropiado para las artesanías pues una política podría ser que por la compra de 12 artesanías una sea obsequiada.
- Fijar precios psicológicos, es decir aquellos precios que resultan muy atractivos para las personas cuando terminan en 9 y no en 0, esta política puede resultar muy propicia para los productos artesanales.

2.11.3 Plaza

Al referirse a la plaza es hablar del canal adecuado de distribución que se utilizará para hacer que el servicio y los productos artesanales estén disponibles de la forma más cercana y directa a los consumidores. Es preciso identificar el canal adecuado para llegar de forma idónea hacia los turistas, visitantes o consumidores, para ello se analizan los siguientes canales a utilizar:

a) Productor-Consumidor

El propósito es recibir a los turistas o visitantes en la infraestructura de forma directa, es decir, sin ningún intermediario, utilizando alguna estrategia de publicidad para que los consumidores conozcan y lleguen de forma directa. Para desarrollar este punto hay que recordar los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas, pues con mayor énfasis sugirieron a las redes sociales y los anuncios publicitarios como los medios idóneos para conocer del establecimiento y sus productos.

b) Productor-Agente-Consumidor

Otra opción es buscar intermediarios, para el caso de la venta de los servicios del Centro un intermediario ser a través de alianzas con agencias de Viajes operadoras de la ciudad de Latacunga, para que dentro de sus paquetes turísticos en la provincia, incluyan la visita al Centro de Difusión y Promoción Artesanal.

2.11.4 Comunicación

Es importante determinar un nombre para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal, pero este nombre debe ser muy llamativo, que provoque impacto y a la vez despierte la curiosidad y el interés para las personas, el nombre también tendría que ser acorde a la temática y al entorno que se quiere dar a conocer. Como se trata de un establecimiento artesanal a nivel provincial y considerando que en el diagnóstico de dicha actividad se identificó que los cantones con mayor producción artesanal en cuanto a *souvenirs*, son las jurisdicciones de Saquisilí, Pujilí, Salcedo y Latacunga, se optó entonces establecer un nombre que de cierto modo agrupe a los cantones antes mencionados, a manera de un acróstico se precisó el nombre de “**SAPUSAL**”.

El Centro de Difusión y Promoción Artesanal de Cotopaxi “**SAPUSAL**” será un establecimiento orientado a la convivencia artesanal con el propósito de difundir ésta actividad patrimonial a nivel provincial, nacional e internacional; a través de sus novedosas y llamativas áreas de servicio se pretende que los turistas y visitantes aprecien significativamente la labor artesanal, no como una actividad pasajera, sino como una labor que requiere de esfuerzo y que ha permanecido en el tiempo con gran riqueza y legado cultural que involucra esa labor.

Para comunicar tanto los servicios como los productos artesanales que se encontrarán en el Centro de Difusión y Promoción Artesanal de Cotopaxi “**SAPUSAL**”, será importante considerar el criterio de los turistas encuestados y a su vez identificar las acciones adecuadas para que las personas conozcan de la existencia del Centro y puedan convertirse en los posibles consumidores.

Entre las técnicas de promoción o comunicación a utilizarse están:

a) La Publicidad

Es preciso recordar rápidamente que la publicidad es aquel proceso que tiene como finalidad difundir o informar en este caso el servicio y los productos

artesanales del Centro utilizando para ello medios de comunicación con la intención de que las personas conozcan y lleguen a adquirir los servicios y productos.

Antes de mencionar las posibles estrategias publicitarias es preciso establecer una marca y un slogan como parte de la publicidad que por supuesto contribuye con la imagen del Centro y que ayudará para dar a conocer los servicios del establecimiento.

- **Marca, Logotipo y Slogan del Centro de Difusión y Promoción Artesanal de Cotopaxi “SAPUSAL”:**

A través del diseño del logotipo y la creación del slogan se quiere proyectar los aspectos recalcados en los anteriores estudios y principalmente no desapegarse del ámbito en el que está el establecimiento:

Marca:

CENTRO DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN ARTESANAL

Logotipo:



Slogan:

Arte y vida para conocer





TIPOGRAFÍA:

CENTRO DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN ARTESANAL

Viner Hand ITC: Sus trazos hechos con pluma y los cantos rugosos convierten en una tipografía muy cálida y familiar, esta vasado a la época antigua para este tipo de diseños.

Ravie: Sus trazos hechos son contorneados q dan un aspecto llamativo, dándole un toque artístico al nombre.

Rage Italic: Sus trazos son hechos con pluma que le dan un toque artístico para captar la atención de las personas.

SAPUSAL

Arte y vida para conocer

CROMÁTICA:

El color **café** es un color neutro. Se se encuentra en la tierra, en la madera, en la piedra, en el barro, es decir identifica a la actividad artesanal.

El Color **gris claro** representa el color de la perfección y a la vez es el color que representa al ícono provincial, el volcán Cotopaxi.

El Color **naranja** es un color alegre, libera las emociones negativas, pues se asocia mucho con la creatividad, ideal para el tema artesanal.

Gráfico N° 2.32: Imagen Corporativa el Centro

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Diseñado por: Freddy Aulestia Gallardo-Diseñador Gráfico.

Es preciso indicar que los objetos utilizados para la elaboración de la marca tienen mucha relación con el objetivo principal del establecimiento, es así que se proyecta varias elaboraciones artesanales que se realizan indistintamente en la provincia, destacándose artesanías en alfarería, fibras vegetales, tejidos, madera y pintura. Finalmente la creación de un slogan, que por supuesto proyecta el ambiente que se desarrollará en el establecimiento, despertando también el interés de las personas que deseen conocer el arte que involucra la actividad artesanal.

Entre las principales estrategias que se podrían adoptar con la finalidad de dar a conocer tanto los servicios como las artesanías de forma directa, están los siguientes medios publicitarios:

➤ **Redes Sociales:**

Es preciso recordar que la mayoría de los turistas y visitantes encuestados sugirieron que el medio más efectivo para comunicar los servicios y productos del Centro son las redes sociales, considerando este aspecto tecnológico de comunicación que se encuentra en auge se debería manejar estos medios; como primera opción y tomando en cuenta que estas redes son las más utilizadas se manejaría una cuenta en Twitter y facebook respectivamente, en cuanto a Facebook es preciso recordar que la mayoría de personas, sin distinción de edad la manejan por lo que la publicidad que se maneje en esa red será mucho más precisa, informativa y llamativa a la vez; existen otras redes sociales de igual forma muy utilizadas, pero para manejar un ambiente más empresarial sería importante utilizar la red social LinkedIn, la misma que permite dar a conocer el establecimiento con sus productos y servicios, la ventaja es que se puede segmentar a los seguidores de acuerdo a los intereses de los mismos, es decir si se interesan por los servicios o por productos artesanales específicos, es una buena opción para ganar mercado. Finalmente, YouTube podría ser otra red alternativa, ya que al subir videos con el fin de promocionar el centro, muchas personas miraran y se informaran de los servicios.

Para mayor explicación se optó por crear una cuenta del establecimiento en la red social facebook, la misma que se puede acceder a través del siguiente link: Centro de Difusión y Promoción Artesanal de Cotopaxi Sapusal.

➤ **Página Web:**

La creación de una página web es una buena opción para promocionar de una forma muy llamativa los servicios del Centro, las promociones por temporada, los productos artesanales más llamativos elaborados en el mes; este medio también puede manejarse con un fin educativo, ya que se puede publicar artículos escritos semanalmente en cuanto a temas artesanales como materias primas para las elaboraciones, información de los lugares de procedencia de los artesanos, entre otros; a su vez la página web dará la facilidad para que las personas dejen sugerencias y comentarios en cuanto a la atención en el Centro.

➤ **Publicidad de Exteriores:**

La segunda opción más sugerida por los turistas a través de las encuestas fue los anuncios publicitarios, como este tipo de publicidad se da por medios audiovisuales una buena opción y un poco más económica es la publicidad en exteriores, la idea es aprovechar la nueva tendencia de pantallas gigantes ubicadas en exteriores, es el caso del acceso al Mall Maltería Plaza y en el Parque Simón Bolívar (La Salle), aquí se podrían proyectar videos informando de los servicios y productos artesanales del Centro. Vallas publicitarias con datos concisos e imágenes del Centro pueden ser colocadas en la panamericana norte, específicamente en el acceso que conduce al cantón Saquisilí.

b) Relaciones Públicas

Esta técnica permite mantener una buena imagen del establecimiento, por lo que una estrategia favorable para el Centro podría ser por ejemplo, escribir algún tipo de artículo referente a la actividad artesanal y a los productos

artesanales de la provincia, un artículo que pueda ser proyectado en forma digital a través de la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saquisilí, con ello el establecimiento sería conocido principalmente a nivel local y sobre todo a través de un medio manejado por una institución pública.

El contacto que se pretende establecer con el Ministerio de Educación a través de la Dirección de Educación de la Provincia de Cotopaxi, para que los séptimos años de educación básica y tercer años de bachillerato de las diferentes instituciones educativas de los cantones más cercanos visiten el centro como parte complementaria de su educación en el ámbito cultural de la provincia, también es una alternativa considerada como parte de las relaciones públicas del Centro.

CAPÍTULO 3

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.1.1 Factores que influyen en la localización del proyecto

3.1.1.1 Macrolocalización

Como se ha venido recalcando en los capítulos anteriores el sitio donde está enfocado el presente proyecto es en la provincia de Cotopaxi, actualmente ésta jurisdicción según la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) pertenece a la tercera región administrativa del país. La provincia de Cotopaxi se encuentra ubicada en la parte central del país, exactamente se ubica en el sector centro norte del Callejón Interandino y ocupa la Hoya Central Oriental de Patate.



Gráfico N°3.1: Identificación de la provincia de Cotopaxi

Fuente: <http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com/2012/05/mapa-de-ecuador.html>

La jurisdicción cuenta con 7 cantones los mismos que son: Latacunga como cabecera provincial, Pujilí, Saquisilí, Salcedo y Sigchos situadas en la zona interandina, La Maná, Pangua ubicadas en la zona subtropical de la provincia.

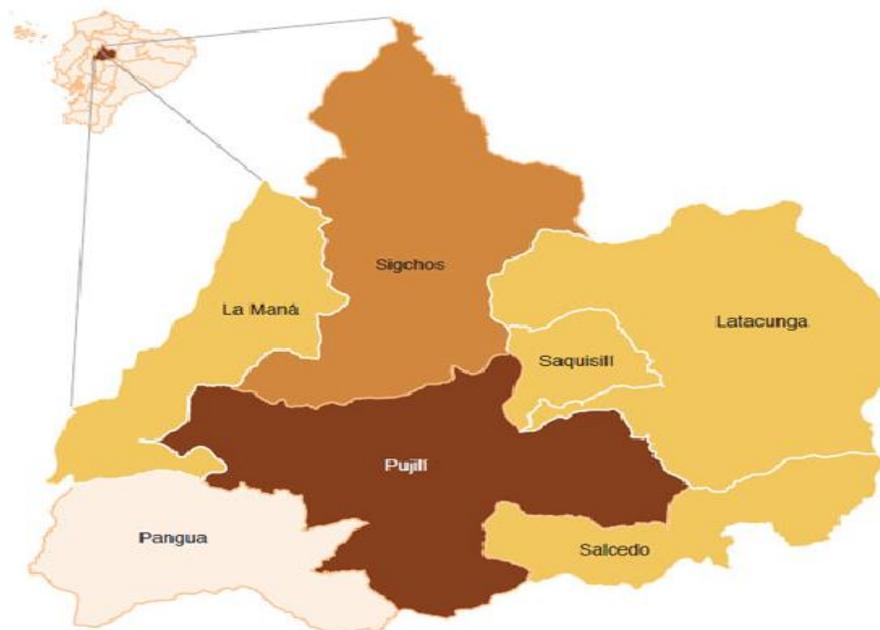


Gráfico N°3.2: Cantones de la provincia de Cotopaxi

Fuente: <http://www.mapasecuador.net/mapa/mapa-cotopaxi-mapa-division-politica.html>

Es preciso indicar que el proyecto para la creación del Centro de Promoción y Difusión Artesanal fue propuesto para ser situado en el cantón Saquisilí, pero también es de importancia precisar que en el estudio de mercado a través del instrumento de investigación (encuestas), tanto para los turistas como para los artesanos, se puso en consideración a los encuestados la posible ubicación del Centro, se recuerda que la mayoría de turistas encuestados a través de 165 elecciones seleccionadas propusieron a la ciudad de Latacunga como el sitio adecuado para la ubicación; a su vez la mayoría de los artesanos a través de 80 opciones seleccionadas consideraron al cantón Saquisilí como el lugar apropiado para que se ubique el Centro.

Considerando los aspectos antes indicados es importante realizar un análisis de ciertos factores que ayudarán a determinar la macrolocalización adecuada para el Centro, éste análisis se desarrolló en base a los 4 cantones que se propuso en las encuestas, puesto que las cuatro opciones fueron acogidas indistintamente por los turistas y artesanos encuestados y no se puede descartar ninguna de ellas.

Tabla N° 3.1: Matriz de Macrolocalización

FACTORES	Peso %	LATACUNGA		PUJILÍ		SAQUISILÍ		SALCEDO	
		Calif	Pond.	Calif	Pond	Calif	Pond	Calif	Pond
Transporte y Vías de Acceso	15%	8	1,2	8	1,2	8	1,2	8	1,2
Consideraciones Legales y Políticas	10%	6	0,6	6	0,6	6	0,6	6	0,6
Atractivos Turísticos	15%	6	0,9	5	0,75	5	0,75	5	0,75
Servicios Básicos	10%	7	0,7	7	0,7	7	0,7	7	0,7
Entorno Cultural-Comercial	15%	4	0,6	6	0,9	8	1,2	5	0,75
Costo y disponibilidad de terrenos y locales	15%	3	0,45	6	0,9	6	0,9	4	0,6
Circulación sosegada de viandantes	10%	3	0,3	6	0,6	6	0,6	3	0,3
Seguridad vehicular y Tránsito	10%	4	0,4	5	0,5	5	0,5	5	0,5
TOTALES	100%		5,15		6,15		6,45		5,4

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Una vez analizados los factores a través de una calificación con una escala determinada de 1 a 10 y con una ponderación dependiendo el grado de importancia para cada factor, se obtiene un resultado, el lugar más adecuado según la evaluación, es el cantón Saquisilí, los factores analizados que más se destacan y definen la localización del Centro son: transporte y vías de acceso, entorno cultural-comercial con una ponderación de 1.2, en cuanto a las vías es preciso indicar que a nivel general las vías de acceso a los 4 cantones analizados se encuentran en buen estado, posteriormente el costo y disponibilidad de terrenos y locales con una ponderación de 0.9, son los factores que determinaron la localización para el Centro.

3.1.1.2 Microlocalización

Considerando el resultado de la evaluación realizada en la Macrolocalización se identifica al cantón Saquisilí con una ponderación del 6.45, es decir, dicho cantón posee la mayor puntuación por lo que es preciso recalcar ciertos

aspectos importantes para este análisis. El cantón Saquisilí cuenta con tres parroquias rurales que son: Cochapamba, Chantilín y Canchagua y una parroquia urbana que es la parroquia de Saquisilí que funciona como cabecera cantonal, en ésta última es en donde se enfocará la propuesta del presente proyecto. La parroquia urbana de Saquisilí acoge todos los días jueves a turistas nacionales como extranjeros a través de la denominada feria de las 7 plazas, ésta se ha convertido en uno de los atractivos muy conocidos a nivel provincial como regional. Considerando el aspecto antes mencionado se optó por buscar un lugar de mayor cercanía a este atractivo y por ende al centro y sector comercial del cantón, es así, que se identificó algunas opciones de lugares entre terrenos y locales donde se podría ubicar el Centro de Promoción y Difusión Artesanal, para ello es preciso analizar las opciones con algunos factores determinantes que ayudarán a su elección.

Tabla N° 3.2: Matriz de Microlocalización

FACTORES	Peso %	Sitio A (Calle 9 de Octubre y 10 de Agosto)		Sitio B (Calle Carchi y 24 de Mayo)		Sitio C (Calle Imbabura y González Suárez)		Sitio D (Calle Imbabura y Rumiñahui)		Sitio E (Calle Eugenio Espejo y Vía a la Parroquia Chantilín)	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Cercanía al Atractivo Cultural (7 Plazas)	10%	3	0,3	9	0,9	6	0,6	4	0,4	3	0,3
Dimensión del Sitio	15%	8	1,2	7	1,05	3	0,45	10	1,5	6	0,9
Costo del Terreno o Arrendamiento	15%	6	0,9	8	1,2	3	0,45	5	0,75	5	0,75
Disponibilidad de Servicios Básicos	5%	8	0,4	8	0,4	8	0,4	8	0,4	8	0,4
Grado de accesibilidad	10%	6	0,6	8	0,8	8	0,8	8	0,8	6	0,6
Cercanía a infraestructura y servicios turísticos	10%	3	0,3	8	0,8	7	0,7	5	0,5	4	0,4
Zona de Seguridad y Tranquilidad Social	10%	6	0,6	6	0,6	6	0,6	6	0,6	6	0,6
Costos de Construcción o Adecuación	15%	4	0,6	8	1,2	4	0,6	4	0,6	4	0,6
Imagen comercial del sector	10%	3	0,3	7	0,7	6	0,6	5	0,5	3	0,3
TOTALES	100%		5,2		7,65		5,2		6,05		4,85

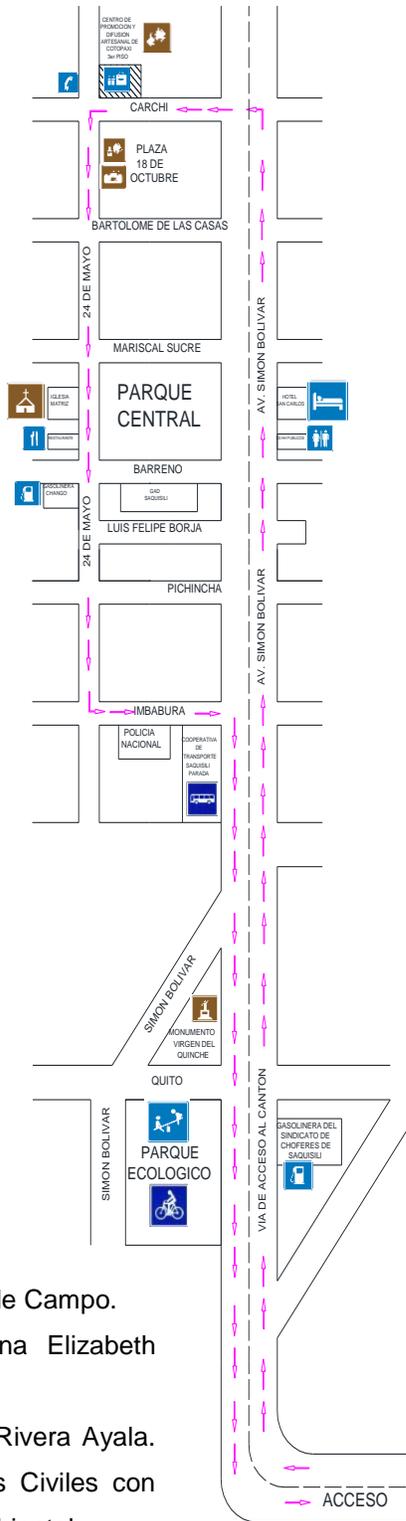
Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Una vez analizados los factores a través de una calificación con la misma escala antes utilizada de 1 a 10 y con una ponderación dependiendo el grado de importancia para cada factor, se obtiene un resultado, el lugar más adecuado para el Centro de Promoción y Difusión Artesanal es el sitio ubicado en la Calle Carchi y 24 de Mayo (esquina), exactamente se encuentra frente a la Plaza 18 de Octubre; los factores que determinaron la ubicación para el Centro principalmente fueron: el costo del terreno o arrendamiento conjuntamente con los costos de construcción o adecuación con una ponderación de 1.2, seguido de la dimensión del sitio con una ponderación de 1.2 y la cercanía al atractivo cultural más visitado en el cantón, la feria de las 7 plazas con una ponderación de 0.9.

El lugar seleccionado es una infraestructura para un Centro Comercial de tres plantas, proyectado para un total de 21 locales; el análisis de las opciones de ubicación para el Centro de difusión y promoción se realizó durante los primeros días del mes de febrero del presente año, por lo que en ese momento la construcción del centro comercial todavía se estaba efectuando.

Una vez identificado el lugar de ubicación (centro comercial), se verificó los posibles locales idóneos para el establecimiento, se consideró los espacios con mayor dimensión, es decir, los locales esquineros ya que fueron los más grandes en dimensión con referencia a los demás espacios. Posteriormente se verificó la disponibilidad de los espacios, es decir, si aún uno de los tres locales esquineros estaba disponible y pueda ser arrendado, para ello fue necesario identificar al propietario de la construcción y obtener datos más precisos, se dió un diálogo con la doctora Yolanda Orbea Tapia, propietaria del centro comercial, quien aseguró que el espacio esquinero disponible es el de la tercera planta; determinándose de este modo que el local para el Centro de difusión y promoción será el área esquinera ubicada en el tercer piso.



DISTANCIAS ENTRE SERVICIOS

- * DISTANCIA ENTRE EL CDPA "SAPUSAL" Y LA VIA DE ACCESO AL CANTON SAQUISILÍ: 7 KM.
- * DISTANCIA ENTRE EL CDPA "SAPUSAL" Y EL PARQUE ECOLOGICO: 2 KM.
- * DISTANCIA ENTRE EL CDPA "SAPUSAL" Y LA PARADA DE BUSES DEL CANTON: 1 KM.
- * DISTANCIA ENTRE EL CDPA "SAPUSAL" Y EL PARQUE CENTRAL DEL CANTON: 500 M.
- * DISTANCIA ENTRE EL CDPA "SAPUSAL" Y LA PLAZA 18 DE OCTUBRE: 40 M.

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

	ARTESANÍAS ANDES		RESTAURANTE
	VISTA PANORÁMICA		GASOLINERA
	IGLESIA		ALOJAMIENTO
	MONUMENTO		SERVICIOS HIGIÉNICOS MH
	CENTRO COMERCIAL		JUEGOS INFANTILES
	TELÉFONO		PARADA DE BUSES
	CICLISMO TURÍSTICO		

Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.
Diseñado por: Diego Rivera Ayala. Ing. en Construcciones Civiles con mención en Diseño Ambiental.

Gráfico N° 3.3: Mapa de Microlocalización





Gráfico N° 3.4: Ubicación para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

3.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

La determinación del tamaño del presente proyecto depende de varios factores que en el estudio anterior se analizó, uno de ellos es la demanda potencial insatisfecha, ya que, de ejecutarse el proyecto será la posible demanda para el Centro, pero no se puede dejar de lado la infraestructura, los servicios y productos que la demanda potencial podría esperar del Centro; en este punto es preciso analizar varios factores tales como la cantidad de materias primas e insumos necesarios para el proyecto así como las dimensiones necesarias para la prestación de los servicios, estos factores ayudarán a determinar el mercado al que se puede cubrir a través de la capacidad del establecimiento.

A continuación se analizan cada uno de los factores que condicionan el tamaño del presente proyecto:

3.2.1 Tamaño de la infraestructura

Como se determinó en la Microlocalización el lugar identificado a través de la matriz es el local esquinero de la tercera planta del Centro Comercial en construcción, ubicado en la Calle Carchi y 24 de Mayo (esquina), frente a la Plaza 18 de Octubre.

Como ya existe la infraestructura del local con las dimensiones ya definidas: 13.50 metros de frente y 8.30 metros de fondo, en este punto es preciso elaborar el plano correspondiente al espacio seleccionado; el plano a su vez servirá para posteriormente determinar las dimensiones de los espacios para cada área del Centro.

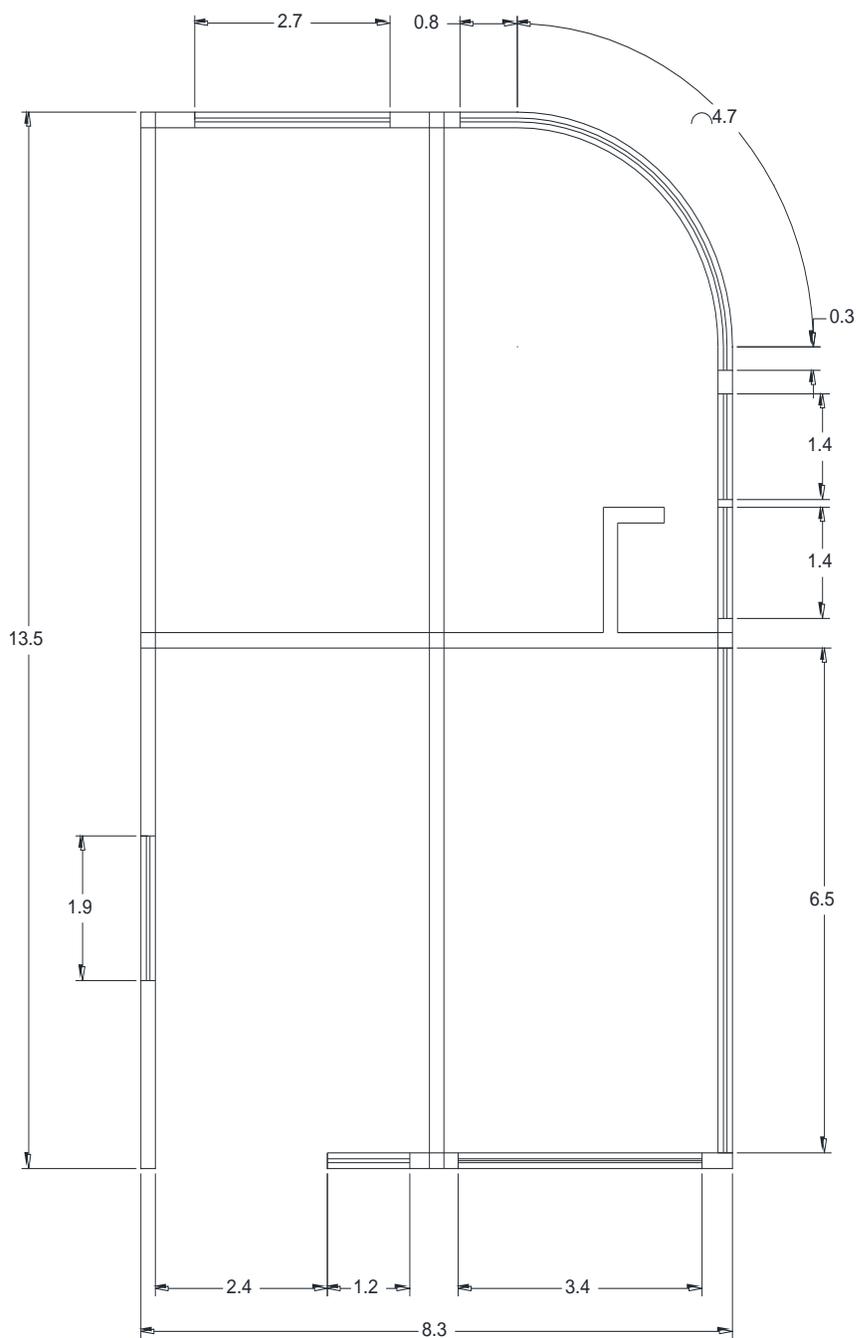


Gráfico N° 3.5: Plano del Tamaño de la Infraestructura para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal

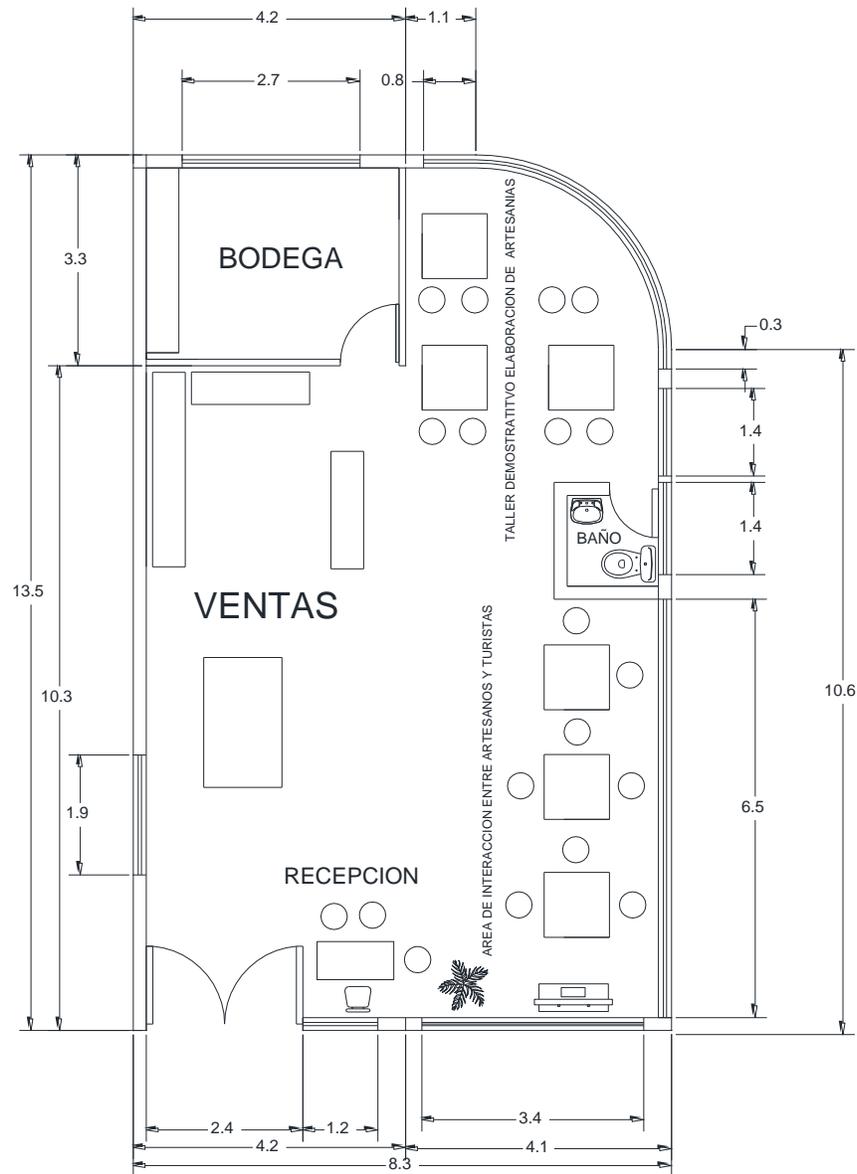
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diego Mauricio Rivera Ayala-Ingeniero en Construcciones Civiles con mención en Diseño Ambiental.

3.2.2 Tamaño propuesto para cada área

Una vez identificado el espacio del local con su respectiva superficie, es preciso determinar las dimensiones de las áreas destinadas para los servicios del Centro, es importante recalcar que fueron considerados los servicios que más aceptabilidad tuvieron de acuerdo a los resultados del estudio de mercado a través de las encuestas aplicadas, las áreas para el Centro serán:

- Área de Interacción entre artesanos y turistas
- Taller Demostrativo de elaboración de artesanías
- Área de venta.



CENTRO EN PLANTA

ESCALA ————— 1:100

Gráfico N° 3.6: Plano de Distribución de la Planta para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diego Mauricio Rivera Ayala-Ingeniero en Construcciones Civiles con mención en Diseño Ambiental.

De acuerdo al espacio de la infraestructura del local se determina las dimensiones idóneas para las tres áreas de los servicios identificados anteriormente y además se consideró que debería existir dos áreas auxiliares como son: una pequeña recepción y una bodega; a continuación se establece las longitudes para cada área.

Tabla N° 3.3: Tamaño para cada área del Centro

SERVICIO	SUPERFICIE (M²)
Recepción	12.6
Área de Interacción entre artesanos y turistas	24.6
Taller Demostrativo de elaboración de artesanías	28.4
Área de Venta	30.6
Bodega	13.8
Baño (ya definido en la construcción)	2
TOTAL	112.0

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

3.2.3 Tamaño y requerimiento de equipos, muebles y enseres

Las materias primas o insumos son parte fundamental para determinar el tamaño del proyecto y para cubrir las necesidades del mismo, en este caso hay que identificar los insumos para cada área del Centro, pero antes de indicar los muebles y equipos necesarios es preciso explicar que según los espacios establecidos se necesita un elemento para dividir cada área, no se puede optar por construir paredes al interior del local ya que se recuerda que el espacio será alquilado, se optaría por implementar mamparas combinadas de vidrio y madera que además de segmentar los espacios también proyecta una buena imagen para los turistas o visitantes permitiendo observar cada área del Centro y aprovechando la claridad proporcionada por los ventanales de la construcción.

Tabla N° 3.4: Mamparas divisoras para cada área del Centro

N°	NOMBRE DEL PROVEEDOR	CLASE DE PRODUCTO	COTIZACIÓN
1	Centro Artístico Don Bosco (San Nicolás-Pujilí)	Mampara combinada con madera y vidrio transparente de 4mm	399.00

Fuente: Anexo N°04: Tabla N°01

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 3.5: Equipos, muebles y enseres para el Área de Recepción

N°	NOMBRE DEL PROVEEDOR	CLASE DE PRODUCTO	COTIZACIÓN
1	AJ Computación	Samsung Galaxy Tab 3 7.0 - Tablet de 7"	269.00
2	AJ Computación	Impresora Epson Multifunción Xp400 + Sistema Tinta, Wi-fi	180,00
3	Multicomercio El Dorado	Teléfono alámbrico KX-TS520 Panasonic	23.99
4	Centro Artístico Don Bosco (San Nicolás-Pujilí)	Escritorio de Madera de 1.20m de largo x 0.70m de ancho con 3 cajones	120.00
5	Centro Artístico Don Bosco (San Nicolás-Pujilí)	Silla de Madera	25.00
6	Centro Artístico Don Bosco (San Nicolás-Pujilí)	Taburetes de Madera en terminado rustico	30.00

Fuente: Anexo N°04: Tabla N°02

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 3.6: Muebles y enseres para el Área de Ventas

N°	NOMBRE DEL PROVEEDOR	CLASE DE PRODUCTO	COTIZACIÓN
1	Centro Artístico Don Bosco (San Nicolás-Pujilí)	Mesa de Madera de 1.60m de largo x 1.20m de fondo con doble servicio en terminado rustico	120.00
2	Centro Artístico Don Bosco (San Nicolás-Pujilí)	Estanterías de madera de 1.80m de alto x 1.40m de ancho y 0.50m de fondo en forma rectangular (tabla de laurel en rustico)	390.00
3	Centro Artístico Don Bosco (San Nicolás-Pujilí)	Esteras de fibra natural de totora de 1.90m x 1.40m para colocar pinturas en la pared	48.00

Fuente: Anexo N°04: Tabla N°03

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 3.7: Muebles y enseres para el Área del Taller Demostrativo

N°	NOMBRE DEL PROVEEDOR	CLASE DE PRODUCTO	COTIZACIÓN
1	PICA Ciudad de Latacunga	Mesas plásticas de 1.00m de ancho x 0.80m de alto	45.00
2	PICA Ciudad de Latacunga	Taburetes plásticos	40.00

Fuente: Anexo N°04: Tabla N°04

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 3.8: Muebles y enseres para el Área de Interacción entre Artesanos y Turistas

N°	NOMBRE DEL PROVEEDOR	CLASE DE PRODUCTO	COTIZACIÓN
1	Multicomercio El Dorado	Televisor Panasonic LCD de 32" TC-L32C5H HD	1080.00
2	Multicomercio El Dorado	Reproductor Samsung DVD-D530K/ZX USB, HDMI.	39.90
3	PICA Ciudad de Latacunga	Taburetes plásticos	40.00
4	PICA Ciudad de Latacunga	Mesas plásticas de 1.00m de ancho x 0.80m de alto	45.00

Fuente: Anexo N°04: Tabla N°05

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 3.9: Muebles y enseres para el Área de Bodega

N°	NOMBRE DEL PROVEEDOR	CLASE DE PRODUCTO	COTIZACIÓN
1	Centro Artístico Don Bosco (San Nicolás-Pujilí)	Estantería de madera de 1.80m de alto x 1.40m de largo y 0.50m de fondo (tabla de laurel en rustico)	130.00

Fuente: Anexo N°04: Tabla N°06

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Las tablas de las cotizaciones de las materias primas mencionadas anteriormente para cada área se pueden observar en el Anexo N°04.

3.2.4 Capacidad instalada

Antes de indicar el tamaño del proyecto de acuerdo al mercado a captar, es importante establecer la capacidad instalada que no es más que el nivel máximo del proyecto para la prestación del servicio, para ello es preciso

recordar la dimensión de la infraestructura, las áreas que se consideraran para el servicio y los equipos, muebles y enseres que se consideraron para las instalaciones; además es preciso indicar que en lo que respecta a la prestación del servicio se requerirá la presencia de un guía como parte del personal que posteriormente en la ingeniería del proyecto se explicará.

Si se contará con una persona para la guianza es preciso establecer el número de personas que el guía podrá atender durante un determinado tiempo, para ello se establece un tiempo de dos horas para la visita al Centro, normalmente un guía para que preste un servicio de guianza idóneo y de calidad se determina un número estimado de 15 personas, es decir, el guía estará en capacidad de guiar a un grupo de 15 personas por el tiempo de 2 horas, pero es preciso indicar que este tiempo puede variar de acuerdo a los requerimientos de los visitantes, es decir, las dos horas puede variar al momento de prestar los servicios de guianza, por lo que se determina que el guía maneje tres grupos al día, para establecer una capacidad instalada diaria, semanal, mensual y anual se determina que el Centro prestará sus servicios durante 5 días a la semana recalando que durante el día se atiendan tres grupos de 15 personas.

Tabla N° 3.10: Capacidad Instalada diaria, semanal y anual

CAPACIDAD	VISITAS
Diaria	45
Semanal (5 días)	225
Mensual (4 semanas)	900
Anual (12 meses)	10.800

Fuente: Investigación de Campo año 2014.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

3.2.5 Tamaño y mercado

El mercado que se podrá captar depende directamente del tamaño y capacidad de las instalaciones del Centro y por ende de la capacidad instalada determinada anteriormente, no sirve de nada estimar una demanda del establecimiento si la capacidad de acuerdo a sus instalaciones no puede cubrir a un número elevado de visitas; en este análisis se pretende determinar el mercado al que puede satisfacer el Centro.

El mercado que podrá captar el establecimiento es uno de los puntos más importantes del estudio, pues será la estimación tanto de visitantes como de turistas que acudirán al Centro, para ello, tras el análisis de la demanda potencial insatisfecha se identificó un número elevado de turistas a nivel nacional, si se estima las visitas para el establecimiento con los datos antes indicados se obtendrá un número elevado y no real, pues no todos los turistas nacionales y extranjeros que acuden a las áreas protegidas de la provincia visitarán inicialmente el Centro de Difusión y Promoción Artesanal; considerando este aspecto se optó por la captación inicial de un mercado a nivel provincial, el mismo que por facilidades principalmente de cercanía podrían acudir al establecimiento, para ello se consideró grupos de personas que si se convertirían en el mercado inicial a captar por el Centro cuando inicie sus actividades, los grupos son:

- Los estudiantes de séptimo año de educación básica y tercer año de bachillerato de las instituciones educativas de la provincia de Cotopaxi, esto es parte de una estrategia de comercialización propuesta para el establecimiento, para realizar el análisis respectivo de captación de mercado, se investigó la estadística que maneja el Ministerio de Educación a nivel provincial, se identificó entonces el registro de los estudiantes del período educativo 2012-2013, pues al momento no se hallaba los datos del siguiente período, por lo que se utilizó los datos antes mencionados. (Educación, 2013)

- Como visitantes locales se considera a la población económicamente activa de las parroquias urbanas de los cantones más cercanos de la provincia, es decir, Saquisilí (lugar de ubicación del Centro), Latacunga, Pujilí y Salcedo; este grupo se consideró pues es una parte de la población provincial que poseen un empleo en cualquiera de sus formas o están en busca del mismo, por lo que este grupo de la población tiene las posibilidades tanto de cercanía como económicas de efectuar la visita, para el presente análisis se consideró los datos presentados por el INEC a través del último censo. (INEC, 2010).
- Finalmente el tercer y último grupo que se consideró es el de los turistas que efectivamente visitan el cantón Saquisilí, a través de uno de los atractivos que identifica a dicho cantón como a la provincia, la Feria Comercial de las 7 Plazas, para obtener un dato real de los visitantes al cantón se optó por levantar una estadística promedio de los mismos, esto se efectuó por medio de la técnica de observación, que consistió en observar los turistas que llegan el día jueves que se lleva a cabo la feria, para el registro de los datos se ayudó de una ficha de observación para registrar los principales datos, con los turistas que visitaron un día jueves el atractivo, se logró estimar un promedio mensual y anual de turistas, la ficha se puede observar en el Anexo N°05. Con lo antes indicado se presenta a continuación el mercado a ser captado por el Centro:

Tabla N° 3.11: Tamaño del Centro de acuerdo al Mercado

VISITANTES LOCALES	POBLACIÓN	PORCENTAJE A CAPTAR 11.5%
Estudiantes de 7° año de Educación Básica de Cotopaxi	10.255	
Estudiantes de 3° año de Bachillerato de Cotopaxi	5.602	
PEA Saquisilí (Matriz)	5.572	
PEA Latacunga (Matriz)	44.451	
PEA Pujilí (Matriz)	12.782	
PEA Salcedo (San Miguel)	13.622	
Turistas que llegan a Saquisilí (Feria Comercial)	540	
TOTAL	92.824	10.675

Fuente: Investigación de Campo año 2014.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Una vez presentada la tabla del mercado a ser captado es preciso indicar brevemente la razón del porcentaje de captación, para ello se debe recordar que de acuerdo a la capacidad instalada determinada previamente se estima 10.800 visitas de forma anual, es por ello que de acuerdo al mercado se proyecta captar un 11.5% del mismo, porcentaje acorde a la capacidad instalada.

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Una vez determinado los espacios idóneos para cada área de los servicios del centro conjuntamente con su capacidad, se debe establecer el proceso correspondiente para la prestación del servicio.

3.3.1 Proceso de prestación del servicio

Por mucho tiempo la actividad artesanal ha permanecido oculta como parte del patrimonio cultural del país, en la provincia de Cotopaxi pocos son los productos que se han dado a conocer y han trascendido la jurisdicción.

Con el presente proyecto lo que se pretende es difundir la actividad artesanal y a la vez promocionar las artesanías de la provincia a través de los resultados y sugerencias consideradas por parte de los turistas como de los artesanos presentadas en el estudio de mercado, es así que, se ha determinado que una adecuada promoción y difusión artesanal se puede establecer primero a través de un **taller demostrativo de elaboración de artesanías**, donde los turistas y visitantes observen y conozcan brevemente el proceso de elaboración de cada una de las artesanías, además, como segunda opción se decidió instalar un **área de interacción entre artesanos y turistas**, ya que, una vez que los visitantes conozcan los materiales y herramientas que se utilizan para la respectiva elaboración, con la ayuda del mismo artesano podrán elaborar su propia artesanía además en este espacio con la ayuda de un televisor se proyectará la actividad artesanal desde cada uno de sus lugares de origen a través de videos, finalmente la implementación de una **área de**

venta de las artesanías, donde los turistas o visitantes seleccionen y adquieran la artesanía que deseen.

A continuación es importante explicar cada una de las fases del proceso de entrega del servicio identificándose el orden con el que los turistas visitarán:

a) Taller Demostrativo de Elaboración de Artesanías: El taller demostrativo permitirá a los artesanos explicar datos principales acerca de la elaboración de las artesanías, especialmente podrán dar a conocer a los turistas los materiales, herramientas u objetos que son necesarios para las elaboraciones, podrán también expresar las características de las artesanías conjuntamente con las técnicas utilizadas, esto en el caso del proceso de elaboración de los objetos de cerámica, alfarería y pintura, artesanías que requieren de un proceso un poco más extenso y que involucra determinadas técnicas; en esta área del Centro además, los turistas o visitantes tienen la total apertura de realizar cualquier tipo de pregunta o despejar inquietudes referente a las artesanías y al proceso que involucra a cada elaboración.

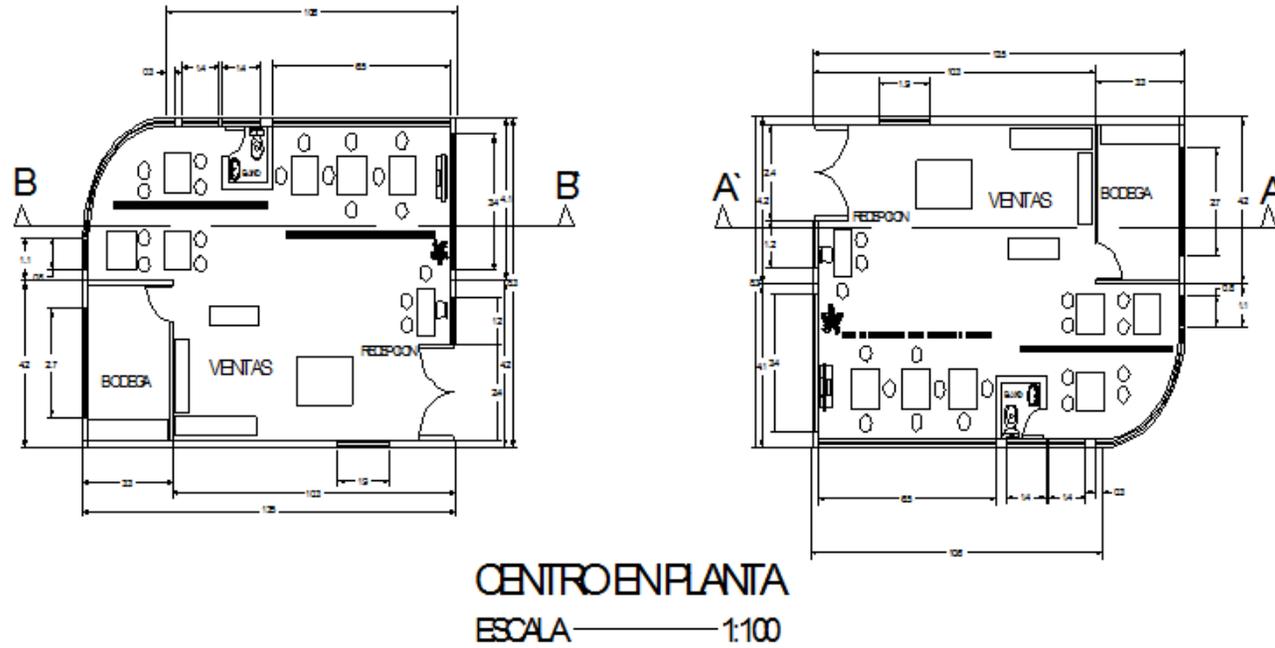
b) Área de Interacción entre Artesanos y Turistas: Será un espacio totalmente novedoso principalmente para los visitantes y turistas ya que les permitirá interactuar de forma directa con los artesanos, manipulando los materiales e instrumentos necesarios para la elaboración de las artesanías, de este modo los artesanos prestarán la confianza necesaria para que los turistas tengan la apertura de elaborar su propia artesanía, por supuesto con la ayuda y asesoramiento de los mismos artesanos que se convertirán en sus instructores, los visitantes podrán convertirse por un lapso de tiempo en artesanos y vivir la actividad artesanal. Es importante indicar que este espacio del Centro permitirá que los turistas sientan la experiencia de esta gran labor que es la elaboración de las artesanías, logrando de esta forma que dicha actividad sea considerada como un verdadero arte. Además en esta área se dará la opción de difundir de una forma muy llamativa datos relevantes acerca de la actividad artesanal de la provincia; la idea es que

ésta información sea proyectada a través de videos, los mismos que den a conocer parte de los sectores donde se dedican a la elaboración artesanal, es decir, las grabaciones serán a modo de pequeños recorridos para que los turistas y visitantes conozcan los sitios de origen de esta actividad que es parte del patrimonio ancestral de las generaciones que aún se dedican a ésta llamativa labor.

- c) Área de Venta de Artesanías:** Parte de la propuesta para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal es una sala amplia para la venta de las elaboraciones artesanales, es así que en este espacio los turistas y visitantes podrán observar cómodamente todas las artesanías que los artesanos cotopaxenses pueden elaborar en su variedad de tamaños, diseños y colores.

Las áreas ubicadas muestran una secuencia para la visita al Centro, ya que por medio del taller de elaboración y la sala de interacción con los artesanos, los turistas serán parte del proceso de elaboración y compartirán información importante de los productos artesanales, además que tendrán la opción de profundizar datos correspondientes a los sectores de origen; los espacios mencionadas anteriormente servirán para que los turistas y visitantes se interesen y aprecien el arte que involucra la actividad artesanal, retribuyendo a los turistas a través de la adquisición de las artesanías en el área de venta.

Es importante proyectar una imagen de cómo serían los servicios antes detallados, para ello se presenta el plano correspondiente destacándose los servicios del Centro.



CORTE B-B



CORTE A-A

Gráfico N°3.7: Plano del Diseño de los Servicios del Centro

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diego Mauricio Rivera Ayala-Ingeniero en Construcciones Civiles con mención en Diseño Ambiental.

3.3.1.1 Flujograma de prestación del servicio

Antes de determinar el flujograma es preciso mencionar que la prestación del servicio se podrá efectuar en el transcurso de dos horas, tiempo ideal para que los visitantes realicen todas las actividades propuestas. A continuación se representa el proceso de prestación del servicio en el Centro de Promoción y Difusión Artesanal:

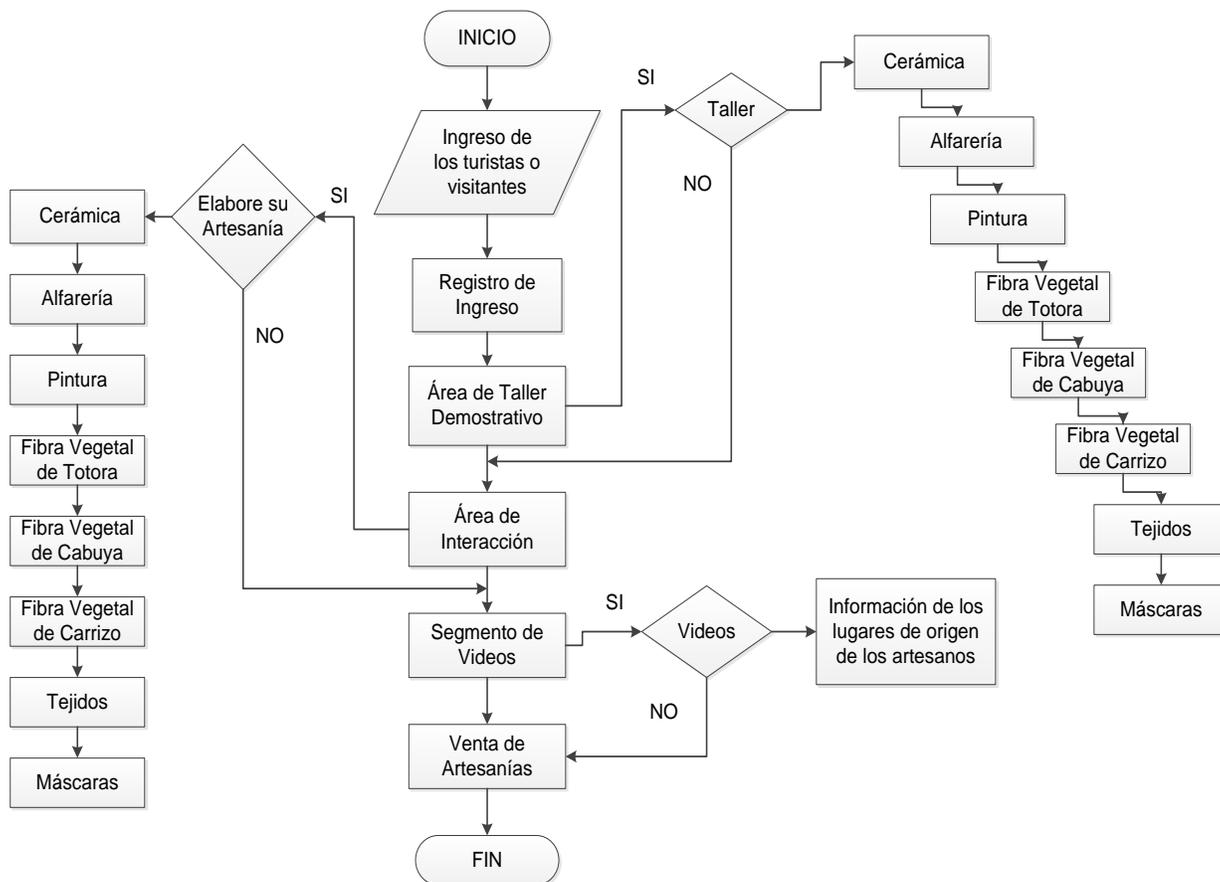


Gráfico N°3.8: Flujograma de Prestación del Servicio

Fuente: Investigación de Campo año 2014.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa

3.3.2 Requerimientos de recursos humanos

Es importante conocer y a la vez determinar el número de personal que será necesario para la atención en el Centro de Difusión y Promoción Artesanal, para

ello es preciso indicar que no existen establecimientos similares para tomar como referencia el personal, por lo que es necesario determinar el número de personas de acuerdo al Tamaño y capacidad para cada área del Centro identificado con un total de 112m² y 45 personas para las 6 áreas del establecimiento, se puede establecer que el personal idóneo a laborar en el Centro es de dos personas distribuidas de la siguiente manera:

Personal Administrativo:

- Administrador

Personal de Servicios:

- Recepcionista

Es preciso indicar que las respectivas funciones serán detalladas en el estudio administrativo.

3.4 ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL

En el país existen ciertas leyes y normativas correspondientes a la protección ambiental, la misma Constitución de la República del Ecuador en varios artículos ampara el cuidado de los elementos como el agua, suelo, la flora, fauna y otros que a su vez recuerda y promueve el cuidado ambiental de varias formas.

Para el presente proyecto “Estudio de factibilidad para la creación del Centro de Difusión y Promoción Artesanal de la provincia de Cotopaxi en el cantón Saquisilí”, es preciso identificar las leyes y las normativas que podrían involucrar la realización de este proyecto; es preciso este análisis para conocer y determinar el marco legal para el respectivo conocimiento ante cualquier entidad o autoridad.

Como primera normativa legal en este tema está la **Ley de Gestión Ambiental**, la misma que es considerada como el cuerpo legal con mayor importancia referente a la protección ambiental; en este sentido es preciso

recalcar que esta ley es la encargada de regular y controlar las posibles actividades contaminantes que se pueden generar en la participación tanto pública como privada. Es así que, en el Título III Instrumentos de Gestión Ambiental, Capítulo II, De la Evaluación de Impacto Ambiental y del Control Ambiental, en los artículos del 19 al 24 hacen referencia de forma directa al control de las obras sean estas públicas o privadas que a su vez puedan causar algún tipo de daños ambientales; en este sentido a su vez se reglamenta el **Sistema Único de Manejo Ambiental**, esto en lo que se refiere al marco institucional, mecanismos de coordinación interinstitucional y los elementos del sub-sistema de evaluación de impacto ambiental, el proceso de evaluación de impacto ambiental, así como los procedimientos de impugnación, suspensión revocatoria y registro de licencias ambientales.

Con lo analizado anteriormente se menciona que para el presente proyecto es preciso elaborar una Identificación de Impactos Ambientales para posteriormente proponer las respectivas Medidas Ambientales, por motivos de competencias de la carrera de estudio efectuada por la postulante no se puede dar el alcance para llevar a cabo el Estudio de Impacto Ambiental, por ello se realizara la respectiva identificación de impactos debido a que al tratarse de un estudio de factibilidad para implementar un centro que involucra el manejo de productos artesanales y ciertos materiales o materias primas para la elaboración de los mismos, se detectará posibles contaminantes que podrían ocasionarse en el funcionamiento del proyecto.

3.4.1 Ficha Ambiental

Para el presente análisis es preciso determinar las características del proyecto, esto se lo realiza con la ayuda de la Ficha Ambiental, que no es más que un documento propuesto por el Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA) que contiene información básica que refleja una idea general del proyecto como principales puntos están: identificación y ubicación del proyecto, explicación de las actividades que se van a desarrollar en el área para el

proyecto, así como las características del medio donde se pretende instalar y finalmente los posibles riesgos naturales.

Se presenta a continuación la Ficha Ambiental para el presente proyecto:

Cuadro N° 3.1: Ficha Ambiental

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	Fecha: 14 de Febrero del 2014.
Nombre del Proyecto:	
Estudio de factibilidad para la creación del Centro de Difusión y Promoción Artesanal de la provincia de Cotopaxi en el cantón Saquisilí.	
Localización del Proyecto:	
Provincia: Cotopaxi	
Cantón: Saquisilí	
Parroquia: Matriz (Saquisilí)	Sector: Plaza 18 de Octubre
Dirección: Calle Carchi y 24 de Mayo (esquina)	
TIPO DE PROYECTO: Turístico (promoción y difusión de recursos culturales)	
Es un proyecto turístico enfocado a la promoción y difusión artesanal de la provincia, considerando en este sentido tanto las artesanías como el legado cultural que involucra este arte; a través del proyecto se pretende que los artesanos tengan un lugar adecuado para la comercialización y que la actividad artesanal sea difundida y trascienda las fronteras regionales como nacionales.	
Nivel de los estudios técnicos del proyecto: Factibilidad	
Categoría del proyecto:	
Adecuación - Equipamiento	
DATOS DEL INVESTIGADOR RESPONSABLE EJECUTOR DEL ESTUDIO:	
Nombre: Jimena Elizabeth Albán Caisa	
Provincia: Cotopaxi	
Ciudad: Pujilí	Dirección: Barrio San Juan
Correo: jimalban@hotmail.com	Teléfono: 2725385

Continúa...

Supervisión: Ing. Angélica González Sánchez Ing. Carla Cevallos Recalde.	
Ejecutor del proyecto: Jimena Elizabeth Albán Caisa	
ESPACIO FÍSICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO:	
Espacio físico (m2): 112m2	Consumo de agua: 11,76m3 (\$3,86) Mensual/Hogar. (Encuesta Nacional de Empleo, 2012)
Telefonía: Fija y Móvil	Consumo de energía eléctrica: 100,68 kW (\$12,40) Mensual/Hogar. (Encuesta Nacional de Empleo, 2012)
Acceso vehicular: vías urbanas de primer orden	Facilidades de transporte: Público y privado
CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE IMPLANTACIÓN:	
Características del Medio Físico:	
Región Geográfica: Sierra Altitud: 2900 msnm Temperatura: 12°C	
Ocupación actual del área de implantación:	
Aire: En la zona no existen factores importantes de contaminación. Ruido: Bajo nivel de ruido, flujo medio de vehículos.	
ÁREA DE IMPLANTACIÓN SOCIAL Y CULTURAL:	
Demografía:	
Nivel de Consolidación del área de influencia: Urbano Tamaño de la población de la parroquia urbana de Saquisilí: 13.404 Habitantes (INEC, 2010)	
Características étnicas de la población: Mestizos, Indígenas	

Continúa...

Infraestructura Social:
Abastecimiento de agua: Agua Potable
Evacuación de aguas servidas: Alcantarillado
Evacuación de aguas lluvias: Drenaje Subterráneo
Desechos Sólidos: Recolección
Electrificación: Red de energía eléctrica
Transporte Público: Servicio intercantonal
Vialidad y accesos: Vía principal y secundarias
Telefonía: Existente
Actividades socio económicas: Al ser sector urbano, las personas tienen ocupaciones como: empleados públicos, privados, negocios propios, etc.
Organización social: Sector (urbano)
Aspectos culturales:
Lengua: Español
Religión: Católica
Tradiciones: Populares
Riesgos Naturales:
Inundaciones: La zona no tiene peligro de inundación.
Sismos: Casi nulos.
Deslizamientos: Es una superficie plana, no hay peligro de deslizamientos.

Fuente: (Nacional C. , LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION, 2004)

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

3.4.2 Identificación de los principales impactos ambientales

Una vez realizada la ficha ambiental del presente proyecto, como segundo punto a considerar es la identificación de los principales impactos ambientales que se pueden generar, para ello es preciso identificar la metodología a utilizar, adoptando como método idóneo la matriz de impactos causa-efecto, esta matriz permite determinar los impactos tanto positivos o negativos que implica el proyecto a través de los factores ambientales que serán identificados en dicha

metodología, los mismos que pueden observarse en el Anexo N°06 detallados respectivamente.

Una vez conocidos los factores ambientales a través de sus componentes correspondientes, es preciso determinar las principales acciones a llevarse a cabo de acuerdo a las diferentes etapas o fases del proyecto, estas acciones a su vez ayudarán para posteriormente identificar los impactos ambientales.

3.4.2.1 Acciones del proyecto

El presente proyecto se ejecutará por fases o etapas: adecuación, operación, además hay que considerar la fase de abandono y cierre. Cada una de estas etapas tiene un conjunto de acciones propuestas.

Se han identificado 7 principales acciones propuestas y distribuidas de la siguiente manera:

Para la **Fase de Adecuación** se han identificado dos principales acciones que son:

- a) Transporte de materiales y mobiliario: Para la adecuación del local es preciso trasladar ciertos materiales, así como muebles y demás implementos necesarios.
- b) Adecuación de las instalaciones: Es el acomodamiento específico de acuerdo a los servicios que se pretende ofrecer.

Para la **Fase de Operación** se han identificado tres acciones propuestas que son:

- a) Presencia de Turistas y/o Visitantes: Corresponde al uso de las instalaciones y de los servicios del Centro.
- b) Manejo de residuos: Será la adecuada recolección de los desechos que podrían generarse durante la prestación del servicio.
- c) Mantenimiento de las instalaciones: Involucra a la serie de acciones o actividades importantes para mantener en correcto estado el espacio físico.

Finalmente para la **Fase de Abandono y Cierre** se han identificado dos acciones:

- a) Desalojo del mobiliario y equipos: Acción correspondiente al traslado de los materiales y muebles hacia otros lugares.
- b) Restauración del local: Es la acción de restablecer el área del local en donde se encontraba funcionando el centro, esta acción puede involucrar actividades como limpieza y pintado de las paredes del local.

Después de conocer los factores ambientales y las acciones a ser desarrolladas en el proyecto, se procede a realizar la Matriz de Identificación de los posibles Impactos Ambientales que se podrían generar al implementar el Centro de Difusión y Promoción Artesanal:

Tabla N° 3.12: Matriz de Identificación de Impactos Ambientales

FACTORES AMBIENTALES		Componente Físico					Componente Socio-Económico Cultural						TOTAL	
		Suelo	Aire			Agua	Servicios e Infraestructura	Usos del Territorio	Estéticos y de Interés Humano	Nivel Cultural				
ACCIONES DEL PROYECTO		Contaminación por desechos (sólidos y líquidos)	Contaminación por Ruido	Contaminación por Polvo	Contaminación por Olores	Contaminación por desechos	Red y Servicio de Transporte	Disposición de Residuos	Zona Comercial	Desarmonía	Salud	Seguridad	Empleo	
Adecuación	Transporte de materiales y mobiliario	0	X	0	0	0	X	0	0	0	0	0	0	2
	Adecuación de las instalaciones	0	X	X	0	0	0	0	X	X	0	0	X	5
Operación	Presencia de Turistas y/o Visitantes	X	X	0	X	X	X	X	0	0	0	0	X	7
	Manejo de residuos	X	0	0	X	X	X	X	X	X	X	0	0	8
	Mantenimiento de las instalaciones	0	0	X	0	0	0	X	X	X	0	0	X	5
Abandono y Cierre	Desalojo del mobiliario y equipos	X	X	0	0	0	X	X	0	0	0	0	0	4
	Restauración del local	0	0	X	X	0	0	X	0	0	0	0	0	3
TOTAL		3	4	3	3	2	4	5	3	3	1	0	3	34

Fuente: (Leopold).

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 3.13: Resultados de la Matriz de Identificación de Impactos Ambientales

Total Posibles Impactos	84	100%
Impactos Identificados	34	41%
Impactos No Identificados	50	59%

Fuente: Tabla N°3.12.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Al ser una matriz de impactos ambientales que se encuentra dentro de un estudio ambiental que forma parte del estudio de factibilidad para un proyecto de estudio con fines educativos, se ha determinado dar una valoración diferente para comprender los impactos ambientales que podría generarse con el presente proyecto.

Se presentó los componentes físicos y socio-económicos culturales con sus respectivos factores a ser analizados conjuntamente con las acciones o actividades propuestas en las tres etapas del proyecto, al realizar una pequeña multiplicación matemática entre estos aspectos se llega a identificar un total de 84 posibles problemas o impactos ambientales que se llegarán a producir si todas fueran positivas. Para identificar si los impactos se podrían desarrollar se marcó con una X en el espacio correspondiente de la matriz, si no existiese el problema se colocó 0. Entonces, de estos 84 impactos ambientales que se podrían ocasionar con el Centro de Difusión y Promoción Artesanal en cada una de sus etapas, se identificó 34 problemas a través de la matriz de impactos ambientales.

En lo que respecta a la etapa de adecuación del proyecto se identificó 7 problemas que podrían suscitarse, ya que, en esta acción podría involucrar ciertos impactos por las contaminaciones involuntarias que se podrían ocasionar a través del ruido y olores.

A su vez en la fase de Operación se determinó 20 posibles problemas, principalmente en la acción del manejo de desechos, puesto que, al tener un

sitio de elaboración de artesanías involucra un correcto manejo de los residuos que se pueden generar.

Finalmente en la etapa de Abandono y Cierre se detectó 7 posibles impactos, con mayor énfasis en el desalojo del mobiliario y equipos, ya que, de una o de otra manera representa una serie de complicaciones el traslado de los muebles y enseres así como la restauración del local dado el caso que se tenga que pintar nuevamente el espacio.

Con lo antes explicado se puede llegar a una conclusión, el presente proyecto en las tres acciones identificadas tanto de adecuación, operación, abandono y cierre involucra un impacto ambiental con una intensidad Media, es decir, los impactos identificados son moderados y pueden manejarse adecuadamente con medidas que disminuyan o eviten el desarrollo de los impactos ambientales.

3.4.2.2 Medidas ambientales

Las medidas ambientales involucran una serie de actividades indispensables para tratar de impedir que los posibles impactos ambientales se generen a través del proyecto, es por ello que se pretende analizar varias medidas ambientales tanto de prevención y mitigación para los impactos identificados en la matriz en cada acción del proyecto.

Cuadro N° 3.2: Medidas Ambientales

ACCIONES DEL PROYECTO	FASE DE ADECUACIÓN	FASE DE OPERACIÓN	FASE DE ABANDONO Y CIERRE
COMPONENTES AMBIENTALES			
Contaminación por desechos (sólidos y líquidos)	Clasificar los posibles desechos que se generen durante la adecuación para que no sean desechados al azar.	En el caso del taller y área de interacción del centro, se entregará a los turistas una funda para que recolecten los desechos.	Recolectar todos los desechos que podrían ocasionarse al momento del cierre del local.
Contaminación por Ruido	Evitar molestias a los demás locales, para ello se preverá un horario entre las 18h00 a 21h00.	Ubicar pequeños letreros en las instalaciones para informar a los turistas la sugerencia de evitar hacer ruido en el centro.	En el traslado del mobiliario y restauración se optará por el mismo horario de 18h00 a 21h00 para no molestar.
Contaminación por Polvo	Las personas que instalen el mobiliario deberán utilizar mascarillas.	La limpieza de las instalaciones se realizará al final del día cuando ya no existan personas en los demás locales.	Las personas que restauren el local deberán utilizar mascarillas.
Contaminación por Olores	No existen impactos.	En el caso del taller, evitar que los turistas reciban olores de las pinturas utilizadas para las artesanías (usar mascarillas).	Para la restauración del local que implica la limpieza y pintado del área se deberá hacer en el horario antes citado.
Contaminación por Desechos	No existen impactos.	Ubicar un informativo en el baño del establecimiento tanto para el personal como para los turistas para evitar la contaminación o desperdicio del agua.	No existen impactos.
Red y Servicio de Transporte	Evitar el acceso constante de vehículos al sitio del local, respetando el horario propuesto.	Buscar parqueaderos cercanos al centro para evitar el caos que generen los vehículos de los visitantes.	Evitar el acceso constante de vehículos al sitio del local, respetando el horario propuesto.

Continúa...

Disposición de Residuos	Clasificar los desechos para ser reutilizados.	Dotar de recipientes en las instalaciones para que los visitantes ubiquen los desechos y sean recolectados.	Clasificar los desechos para enviar a lugares que puedan tratarlos o ser reutilizados.
Zona Comercial	Cuando se adecue el local es necesario mantener el horario antes mencionado para no interrumpir a los locales vecinos.	Es preciso evitar molestias a los demás locales o vecinos en cuanto al tema de los desechos respetando horarios de recolección y en la limpieza de las instalaciones.	No existen impactos.
Desarmonía	Evitar alteraciones de la imagen del local con respecto al diseño.	Mantener en óptimas condiciones de imagen y limpieza para proyectarlas tanto a los visitantes como a los locales vecinos.	No existen impactos.
Salud	Verificar que el personal para la adecuación trabaje en óptimas condiciones.	Contar con un botiquín de primeros auxilios en el caso de emergencias para los visitantes y verificar que el personal este en perfecto estado de salud.	Verificar que el personal para la adecuación trabaje en óptimas condiciones.
Seguridad	Dotar de accesorios necesarios para generar seguridad personal en el trabajo.	Implementar medidas de seguridad para empleados y turistas, involucra señalética preventiva, equipos de protección personal y normas contra desastres.	Dotar de accesorios necesarios para generar seguridad personal en el trabajo.
Empleo	Verificar que las personas encargadas de la adecuación laboren como corresponde.	Verificar que el personal encargado labore sin causar posibles alteraciones.	Verificar que las personas encargadas de la restauración laboren como corresponde.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

CAPÍTULO 4

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

4.1 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Los aspectos administrativos consisten en analizar el proceso administrativo que en este caso se llevará a cabo en el Centro de Difusión y Promoción Artesanal, es preciso recordar que el proceso administrativo es el conjunto de fases o etapas que se dan de una forma continua y dinámica a través de las cuales se efectúa la administración. Entonces las etapas de dicho proceso son: Planeación, Organización, Dirección y Control.

4.1.1 Planeación

La planeación es la anticipación o determinación de escenarios futuros, es decir, es la formulación de objetivos o alternativas adecuadas para encaminar al establecimiento a los resultados que se pretenden obtener y minimizar los posibles riesgos ayudando para que el Centro a cumplir con su misión y filosofía en general.

Esta etapa de planeación es la base de la administración del Centro pues el gerente, propietario o la persona quien administre será el encargado de llevar el proceso de administración y para ello es necesario que se encamine a sus objetivos a futuro, de esta etapa depende las demás fases que involucra el proceso considerando una buena toma de decisiones.

En esta etapa es preciso proponer ciertos aspectos estratégicos que contribuirán a los logros que el establecimiento quiere obtener, entre los aspectos organizacionales a tratar están:

4.1.1.1 Misión

La misión es el propósito, fin o la razón de ser del establecimiento, indica la forma de cómo lograr y consolidar las razones de su existencia.

Misión del Centro de Difusión y Promoción Artesanal

“Promocionar y transmitir la actividad artesanal de la provincia de Cotopaxi, a través, de la prestación de un servicio innovador y vivencial para que los turistas nacionales, extranjeros y visitantes en general aprecien este aspecto de la identidad cultural, logrando que las artesanías sean conocidas a nivel nacional e internacional”.

4.1.1.2 Visión

Es el conjunto de ideas que ayuda a determinar el camino al cual se dirige el establecimiento a largo plazo.

Visión del Centro de Difusión y Promoción Artesanal

“Al 2019, constituirse como un establecimiento único e innovador, en la promoción, difusión y comercialización de artesanías de la provincia de Cotopaxi, generando un valor agregado que identifique las elaboraciones y rescatando las tradiciones de los artesanos como parte fundamental de su cultura”.

4.1.1.3 Objetivos

Otro elemento importante para la organización es la determinación de objetivos, los mismos que ayudan considerablemente a cumplir con la misión propuesta del establecimiento; para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal se determinan los siguientes objetivos:

- Apoyar a los artesanos cotopaxenses a través de la difusión de la actividad como parte de su identidad cultural.
- Establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas y establecimientos privados.
- Satisfacer a los turistas y visitantes por medio de la innovación constante del servicio.

- Capacitar periódicamente a los artesanos que formarán parte del Centro y a la vez contar con personal preparado para el servicio.
- Contribuir al desarrollo artesanal a través de una adecuada comercialización de las artesanías.
- Tener un crecimiento financiero que contribuya a la sustentación del establecimiento.

4.1.1.4 Estrategias

Es el conjunto de actividades o fines que se organizan y plantean para llegar a cumplir con los objetivos propuestos por el establecimiento. Los objetivos ya propuestos necesitan de ciertas estrategias para efectuarse, a continuación se enuncian las siguientes estrategias para el Centro:

- Por medio de la información tomada de los mismos artesanos, dar a conocer los principales aspectos referentes a la actividad artesanal a través del servicio en las instalaciones del Centro.
- Conseguir acuerdos con las agencias de viaje de la ciudad de Latacunga para que incluyan en sus paquetes la visita al Centro de Difusión y Promoción Artesanal y además lograr el apoyo de los Ministerios de Cultura y Turismo para promocionar la idea de este establecimiento.
- La persona quien administre el Centro puede buscar alternativas para innovar el servicio con la ayuda de los mismos artesanos, ellos serán los más indicados, ya que, estarán interactuando directamente con los visitantes o turistas.
- Preparar a los artesanos que formarán parte del Centro, es decir, incrementar su preparación en las temáticas de atención al cliente, mejoramiento de la calidad de los productos.
- Una de las áreas del Centro es un sitio de ventas, se trata de que las artesanías sean comercializadas de una forma ordenada y justa, evitando en cierto porcentaje la intermediación que encarece el producto artesanal.

- Establecer metas en el ámbito financiero que ayuden a generar rentabilidad en el establecimiento y por supuesto se beneficien todos los miembros del Centro.

4.1.1.5 Políticas

Las políticas no son más que guías para la toma de decisiones, es decir, son pequeños planes de acción que ayudan a guiar a todos los miembros de la organización y a la vez contribuye a cumplir los objetivos del establecimiento. Se determinan las siguientes políticas para el Centro:

- Velar por el bienestar, equidad y la integración de los artesanos conjuntamente con los demás empleados del Centro.
- Comprometerse con la seguridad y protección del visitante, turista o las personas en general que visiten el Centro de Difusión y Promoción Artesanal
- Involucrar constantemente tanto a los artesanos como a la misma actividad artesanal en eventos, programas o cualquier tipo de actividad cultural, educativa y turística que se puede generar en el cantón Saquisilí y en la provincia.
- Establecer tasas tarifarias (precios) para los turistas o visitantes que estén acorde a la calidad del servicio que se ofrece.
- Garantizar un servicio de calidad para el cliente externo (turistas y/o visitantes) a través de una buena imagen de las instalaciones y el personal apto para la atención.
- Evitar una posible contaminación del entorno por medio de los desechos que se pueden generar al momento de la elaboración de las artesanías al interior del Centro, para ello se debe adoptar alternativas como el reciclaje de los residuos.
- Administrar el Centro bajo los conceptos de sostenibilidad que actualmente la mayor parte de empresas turísticas manejan, ya que se debe contar con recursos económicos, ambientales y sociales y no se puede buscar beneficios personales sino de todos los involucrados.

- Gestión constante para que las entidades públicas u organizaciones privadas brinden capacitaciones al personal del centro y de esta forma mejorar su competitividad.

4.1.1.6 Valores

Dentro de un establecimiento u organización es preciso establecer valores los mismos que son normas de conducta y actitudes con los que el personal y por ende la administración del establecimiento se manejarán para proyectar una imagen y servicio adecuado y correcto.

- **Ética:** Es actuar con profesionalismo bajo los principios de legalidad, la moral y la buena conducta en todas las actividades y labores que se desarrollen en el establecimiento.
- **Respeto:** Es el valor fundamental en todos los aspectos y para todas las personas, ya sea entre compañeros de trabajo, con los visitantes, con los artesanos, con posibles proveedores.
- **Honestidad:** Al momento de compartir tanto con los miembros del Centro como con los turistas que visiten el mismo.
- **Responsabilidad:** Desempeñar el trabajo con un alto grado de compromiso, pensando en la satisfacción de los clientes del establecimiento.
- **Puntualidad:** Todas las personas que conforman el Centro deberán cumplir con los horarios establecidos en sus labores.
- **Lealtad:** Hace referencia a guardar la confidencialidad de la información del Centro, a la vez los miembros del mismo deberán velar por el buen nombre del establecimiento, dentro y fuera de él.

4.1.1.7 Principios

Como toda organización el Centro de Difusión y Promoción Artesanal también debe contar con principios institucionales o conocidos como normas e ideas fundamentales que rigen el pensamiento o la conducta de los integrantes de la organización buscando a la vez una total armonía y contribuyendo a la toma de decisiones. Se propone a continuación los siguientes principios para el Centro:

- **Responsabilidad Institucional:** La administración del Centro debe comprometerse con el manejo eficiente de los recursos en la realización de las actividades diarias de modo que se cumplan con excelencia y calidad los objetivos propuestos.
- **Excelencia:** El personal que forma parte del Centro deberá realizar todas las actividades con calidad para entregar a los turistas y visitantes en general los mejores servicios y productos artesanales.
- **Trabajo en equipo:** Es un principio fundamental para conseguir los objetivos institucionales, ya que se debe buscar que todos los miembros del establecimiento se dirijan a un mismo fin en común.
- **Proactividad:** El personal estará siempre dispuesto a afrontar las diferentes situaciones que se presenten en el Centro, actuando de la mejor forma posible.
- **Equidad:** Uno de los principios que deberán considerar entre el personal como entre los empleados con los clientes es el trato imparcial, sin ningún tipo de discriminaciones ni injusticias, por supuesto la equidad reafirma el respeto y consideración entre las personas.
- **Reconocimiento y Consideración al Personal:** Recordar que el Centro está conformado por miembros que diariamente brindan su esfuerzo por cumplir con sus actividades, reconocer las acciones que efectúen por el bienestar de la organización es también una motivación para las personas, no hay que olvidar este aspecto que contribuye al bienestar laboral del personal.
- **Responsabilidad Social:** El hecho de implementar el Centro ya se está cumpliendo con una responsabilidad social, al generar fuentes de empleo a los artesanos cotopaxenses que diariamente cumplen con una labor que forma parte de la identidad cultural de la provincia.

4.1.2 Organización

Es la segunda fase del proceso administrativo, en si la organización involucra una serie de actividades como el diseño de la estructura, procesos, funciones y responsabilidades con la finalidad de asegurar el adecuado funcionamiento para el Centro y se puedan cristalizar los objetivos.

La estructura organizacional generalmente se presenta por medio del Organigrama ya que ésta representación gráfica ayudará a determinar la estructura orgánica para el Centro, se visualizarán las relaciones jerárquicas y competencias del establecimiento.

El organigrama será de gran ayuda para establecer las personas que laborarán en el Centro de Difusión y Promoción artesanal, ya que como se mencionó en el estudio técnico, se propone que exista tres áreas para prestar los servicios, por lo que es importante identificar el personal que facilitará los respectivos servicios a las personas que visiten el lugar.

Además es preciso que el personal que vaya a laborar en el Centro conozca los distintos niveles jerárquicos que se pretenden constituir, pues, es importante que posteriormente conozcan las funciones y responsabilidades que vayan a desempeñar en cada área.

El Centro contará con el siguiente organigrama estructural:

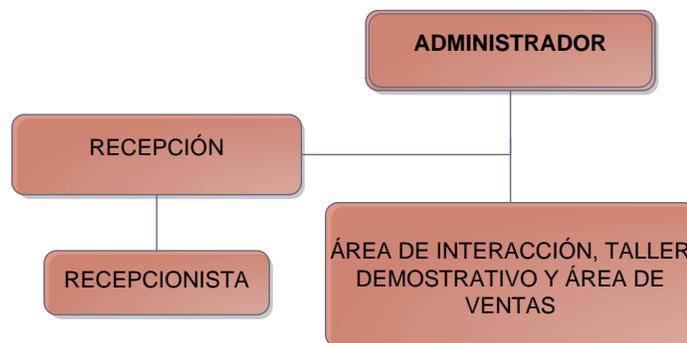


Gráfico N°4.1: Organigrama del Centro de Difusión y Promoción Artesanal

Fuente: Investigación de Campo año 2014.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Antes de iniciar con la descripción de funciones del personal es preciso indicar que no se considera a los artesanos como parte de los empleados pues se pretende que los artesanos formen parte de una alianza con el administrador del establecimiento, una alianza estratégica que el objetivo principal sea brindar todas las facilidades a los artesanos permitiéndoles una venta organizada de sus productos en un local ya definido, abriéndoles las puertas a posibles convenios gubernamentales para que incrementen sus ventas y ayudándoles a promocionar y difundir tanto sus productos como la actividad artesanal.

4.1.2.1 Descripción de funciones del personal

Como parte de la fase de Organización y después de determinar la estructura organizacional para el Centro, el siguiente paso es la identificación de las funciones para cada uno de los puestos que se pretenden constituir en el establecimiento, la descripción de funciones consiste en el listado de las diferentes actividades para que cada puesto se diferencie de otro y cada empleado conozca después sus tareas y responsabilidades a desempeñar.

a) Funciones del Administrador del Centro:

Por lo general la persona que se encargue de este cargo deberá tener una edad entre 26 a 35 años, con título, experiencia en el ámbito administrativo y se encargará de las principales funciones administrativas del Centro entre ellas:

- Determinar y establecer en coordinación del personal los programas y actividades necesarias para el aprovechamiento óptimo de los recursos materiales, financieros y talento humano así como el mantenimiento y conservación del establecimiento.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- Promover por medio de acciones concretas la comercialización del Centro.
- Ejercer un liderazgo dinámico para ejecutar los planes y estrategias determinados.

- Elaborar informes periódicos de la situación actual del establecimiento para compartirlo con el personal.
- Administrar los recursos financieros del Centro de una forma óptima cumpliendo con los planes y objetivos propuestos.
- Elaborar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios.
- Resolver problemas y necesidades de apoyo logístico que surjan en las diferentes áreas del Centro.
- Supervisar las actividades en cada una de las áreas de trabajo designadas.
- Analizar y determinar las compras directas necesarias para el funcionamiento continuo y óptimo del establecimiento.
- Proporcionar información turística de la provincia o de los cantones en el caso de ser requerida.
- Guiar a los visitantes en las instalaciones y Apoyar a los artesanos en lo necesario en las secciones de taller demostrativo y área de interacción.
- Asesorar a los visitantes en el área de venta de artesanías, sugiriendo productos.
- Adecuar las artesanías en el sitio de exposición cuidando la presentación de las mismas.
- Apoyar a la recepción para receptor el pago de las artesanías a los turistas.
- Asegurar el bienestar y satisfacción de las personas que visiten el Centro.

b) Funciones del Recepcionista:

El recepcionista del Centro será la persona encargada de varias funciones pero de forma específica será quien recibe a las personas que deseen visitar las instalaciones del Centro, para este cargo no existe distinciones, es decir, con respecto al género, lo que sí es indispensable que tenga estudios universitarios y que tenga conocimiento y experiencia en atención al cliente; el recepcionista tendrá las siguientes funciones:

- Atender y recibir tanto a turistas, visitantes y público en general que desee acceder al Centro.
- Atender las llamadas telefónicas en general y tomar recados para el administrador.
- Recibir la correspondencia y mensajes dirigidos a la administración.
- Proporcionar todo tipo de información del Centro a las personas que la requieran.
- Realizar las llamadas requeridas por sus funciones y las de administración.
- Efectuar los cobros necesarios de los servicios del Centro.
- Llevar a cabo otras actividades relacionadas que el establecimiento considere necesarias para el desarrollo del puesto.
- Asistir al administrador en tareas como la elaboración de documentos financieros referentes al establecimiento.

4.1.3 Dirección

La Dirección es la tercera fase o etapa del proceso administrativo y es de gran importancia al igual que las demás, ya que, en esta fase se integran las etapas analizadas anteriormente mediante la orientación y la conducción del factor humano para cumplir con lo planeado a través del liderazgo.

Esta etapa requiere de mucho esfuerzo y dedicación del administrador del Centro pues implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen las tareas esenciales y tengan el deseo de contribuir con el establecimiento para cumplir con la misión y objetivos planeados.

El administrador se debe interesar por la función directiva y todo lo que ello implica, cuando quiera ejercerla considerar el grado de dificultad pues el tratar con personas e identificar que el personal tiene sus propios objetivos y encaminarlos a que se comprometan con los objetivos del establecimiento requiere de paciencia y esfuerzo.

En lo que se refiere a la Dirección y para facilitar el cumplimiento de esta fase existen ciertos principios que si el administrador del Centro los aplica

funcionarán como un sistema de incentivos si se puede llamarlos así acompañados con una personalidad y predisposición de quien los dirija ayudará a despertar el interés del personal; los principios son:

a) Motivación: La idea de la motivación es que el administrador estimule y consiga la satisfacción de los empleados reconociendo las necesidades, haciendo que se sientan útiles e importantes, de tal manera que se consideren parte del establecimiento. Pueden presentarse formas de motivar a los empleados:

- Reconocimiento de su trabajo: Es preciso reconocer el esfuerzo laboral de las personas, hay que considerar que el hacer las actividades designadas requiere de dedicación la misma que debe ser reconocida a través de estimulaciones que el personal conozca y genere más comprometimiento, otra alternativa es efectuar una recompensa en sus sueldos.

b) Liderazgo: Es una forma de dirigir las actividades, no hay que confundir los significados de liderar con mandar; el liderazgo permite designar actividades a los colaboradores del Centro pero considerando que el administrador sea quien primero se involucre en dichas acciones; no solo el administrador debe apoderarse de este principio, el personal que labore en el Centro debe ser un líder, es preciso recordar que el establecimiento prestara servicios y manejava a personas, además, el personal debe estar siempre preparado para la solución de problemas o toma de decisiones cuando la persona encargada no se encuentre presente.

c) Comunicación: La comunicación es un principio vital de una organización, cuando no existe una comunicación adecuada se presentan errores y daños severos; por ello en el Centro debe existir una comunicación efectiva entre la administración y todos sus colaboradores operativos, desde cuando el personal se va integrando al establecimiento se debe comunicar la filosofía y todo lo que se pretende alcanzar en el Centro, de igual forma todas las acciones, actividades, programas o toma de decisiones desde la

administración debe ser efectuada en conjunto con los miembros del establecimiento.

d) Trabajo en Equipo: El Centro de Difusión y Promoción Artesanal no será un establecimiento extremadamente grande, una ventaja es que todo el personal estará interrelacionado, el tema del trabajo en equipo está ligado con todos los miembros ya que todos son importantes para que el establecimiento funcione de una forma óptima, delegar tareas en equipo es sinónimo de unión entre el personal y evitar posibles segmentaciones y generación de grupos entre ellos, se pretende que todos los colaboradores sean un solo grupo que debe comprometerse por cumplir con lo propuesto para el Centro.

4.1.4 Control

Es la última fase del proceso administrativo y consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se ajusten a los planes y objetivos del Centro; además el control implica medir el desempeño del personal por cumplir con las metas y los planes.

La etapa de control es de gran importancia, ya que, permite identificar las medidas y estándares necesarios para evaluar los resultados con la finalidad de comparar y evitar desviaciones y tener un mejoramiento continuo. Para tener un control efectivo en el Centro se debe llevar a cabo 4 pasos importantes:

a) Establecimiento de estándares: El estándar no es más que una norma o criterio que sirve de base para la evaluación o comparación de alguna cosa. Se establecen 4 estándares de mucha importancia para el establecimiento:

- Estándares de cantidad: Control de la cantidad de existencias de bodega para el aseo de las instalaciones, cantidad de ventas (visitas).
- Estándares de calidad: Control de la información proporcionada en el transcurso del servicio del Centro, control del estado de las instalaciones para prestar el servicio.

- Estándares de tiempo: En lo que respecta al tiempo adecuado para la prestación del servicio.
- Estándares de costos: En lo que se refiere a los costos de administración y de operación del establecimiento.

b) Medición de resultados: Tiene una relación con la medición del desempeño del personal del establecimiento, puesto que, la medición es la acción de medir la ejecución y los resultados, esta comprobación se puede efectuar en el transcurso de la prestación del servicio, así como en la elaboración de las artesanías a ser expuestas para la venta.

c) Corrección: Este elemento busca corregir el desempeño del personal y de todos los elementos necesarios para adecuarlos al estándar esperado. Una vez identificadas las falencias o desviaciones el administrador será quien adopte las medidas correctivas necesarias para no desencaminar al establecimiento a cumplir con lo establecido en la etapa de planeación.

4.2 ASPECTOS LEGALES

Es preciso mencionar que en lo que respecta a la constitución legal para el Centro de Difusión y Promoción Artesanal se ha optado por la opción de la legalización como un emprendimiento con la forma de una Unidad Económica Popular, la misma que está considerada en las formas de emprendimientos de la Ley de Economía Popular y Solidaria manejada por el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), se determinó esta opción debido a dos principales aspectos: el primero que el presente proyecto mantiene el objetivo de involucrar de forma directa a los artesanos y por ende a sus productos artesanales y el segundo, que hasta el momento a través del estudio técnico se ha determinado el alquiler del local para el establecimiento así como las cotizaciones para los muebles y enseres que desde una perspectiva general no involucrará un porcentaje elevado de inversión, por ello se determina que al existir la alternativa de establecer legalmente al Centro como una Unidad

Económica Popular y gozar de varios beneficios y relaciones directas con entidades públicas, no es preciso constituir legamente el establecimiento como una compañía en cualquiera de sus formas.

4.2.1 Requisitos

Con lo antes indicado se procede a determinar los principales requisitos para el respectivo registro de la Unidad Económica Popular en el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS):

1. Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
2. Patente Municipal
3. Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
4. Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública
5. Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación de la persona interesada.
6. Ficha de registro otorgada por el IEPS.

De forma rápida se detalla los requisitos para obtener los documentos antes indicados.

Cuadro N°4.1: Requisitos de Constitución del Centro

DOCUMENTO	REQUISITOS
Registro Único de Contribuyentes (RUC)	<ul style="list-style-type: none"> • Original y una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía y del certificado de votación. • Original y una copia de la planilla de cualquier servicio básico sea eléctrico, consumo telefónico, consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
Patente Municipal	<ul style="list-style-type: none"> • Oficio dirigido al Director Financiero del GAD Municipal del Cantón. • Copia de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación. • Copia de la planilla de cualquier servicio básico. • Un timbre Municipal para derecho de trámite.
Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de la cédula de ciudadanía y del certificado de votación del último proceso electoral. • Copia del RUC. • Copia de la contribución predial al Cuerpo de Bomberos. • Copia de la Patente Municipal. • Original de la Inspección realizada al local. • Original y copia del depósito bancario. • Copia del pago del Impuesto Predial del lugar en donde funciona el local.
Certificado del centro de salud del Ministerio de Salud Pública	<ul style="list-style-type: none"> • Original de la Inspección realizada al local. • Resultados de los exámenes médicos realizados en el Centro de Salud al propietario del establecimiento. • Una foto tamaño Carnet del propietario. • Copia del permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. • Copia del RUC.
Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública	<ul style="list-style-type: none"> • Copia del RUC. • Cédula de Ciudadanía del propietario del establecimiento. • Plano del establecimiento a escala 1:50. • Croquis de ubicación del establecimiento (adjuntando mapa de referencias para llegar al establecimiento). • Copia del permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. • Certificado de Salud conferido por el Centro de salud del Ministerio de Salud Pública.
Permiso anual de Funcionamiento del Ministerio del Interior (Intendencia de Policía de Cotopaxi)	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud dirigida al Sr. Intendente de Policía de Cotopaxi. • Copia del RUC. • Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación. • Copia de la Patente Municipal. • Copia del permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. • Copia del permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.

Fuente: Servicio de Rentas Internas, GAD Saquisilí, Cuerpo de Bomberos Saquisilí, Ministerio de Salud Pública, Ministerio del Interior.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

CAPÍTULO 5

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 ASPECTOS GENERALES

El estudio financiero constituye la última etapa del presente proyecto cuyo objetivo principal es determinar la factibilidad financiera a través de los aspectos considerados en los anteriores estudios desarrollados, es decir, en esta etapa la información de carácter monetario obtenida en los capítulos anteriores se ordena y se sistematiza identificando todos los ítems de inversiones, costos e ingresos; además en este estudio se debe definir todos aquellos elementos financieros necesarios para la evaluación del proyecto, dentro de dichos elementos es el aspecto del financiamiento.

5.2 INVERSIONES DEL PROYECTO

5.2.1 Inversiones fijas

En lo que respecta a las inversiones fijas se considera a los bienes de larga duración, en este caso se determina específicamente a la compra de muebles y enseres de oficina, equipos y la adecuación de las instalaciones que a continuación se detallan.

5.2.1.1 Activo fijo o tangible

Los activos fijos constituyen aquellos bienes permanentes y/o derechos exclusivos que la Sociedad utilizará sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas. (Zapata Sánchez)

- **Costo de Muebles y Enseres de Oficina:** Se hace referencia a todas las cotizaciones en lo que respecta a muebles incluyendo la instalación de la mampara divisora de la bodega presentadas en el Anexo N°04.

Tabla N° 5.1: Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Mampara combinada con madera y vidrio transparente de 4mm (14m ²)	1	28,50	399,00
Escritorio de Madera con 3 cajones	1	120.00	120.00
Silla de Madera	1	25.00	25.00
Taburetes de Madera	3	10.00	30.00
Taburetes Plásticos	16	5.00	80.00
Mesa de Madera con doble servicio	1	120.00	120.00
Estanterías de madera de 1.80m de alto x 1.40m de ancho en forma rectangular	4	130.00	520.00
Esteras de fibra natural de totora	4	12.00	48.00
Mesas plásticas de 1.00m de ancho x 0.80m de alto	6	15.00	90.00
SUMA			1.432,00

Fuente: Anexo N°04.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

- **Costo del Equipo de Oficina:** Este rubro a su vez corresponde al equipo cotizado para lo que respecta a los equipos necesarios para cada área del Centro, en ellos se incluye el televisor, el reproductor DVD, el teléfono.

Tabla N° 5.2: Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Teléfono alámbrico KX-TS520 Panasonic	1	23,99	23,99
Televisor Panasonic LCD de 32"	1	1.080,00	1.080,00
Reproductor Samsung DVD	1	39,90	39,90
SUMA			\$1.143,89

Fuente: Anexo N°04.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

- **Costo del Equipo de Computo:** El rubro de equipos de computación básicamente incluye la Tablet y una impresora.

Tabla N° 5.3: Equipo de Cómputo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total
Samsung Galaxy Tab 3	1	269,00	269,00
Impresora Epson Multifunción Xp400	1	180,00	180,00
SUMA			\$449,00

Fuente: Anexo N°04.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.2.1.2 Total de inversiones fijas

El rubro total que corresponde a la inversión fija está compuesto por la suma de los ítems antes citados, se detalla a continuación:

Tabla N° 5.4: Total Inversiones Fijas

Activos Fijos	Total	Porcentaje
Muebles y Enseres	1.432,00	47.34%
Equipo de Oficina	1.143,89	37.82%
Equipo de Cómputo	449,00	14.84%
SUMA	\$3.024,89	100%

Fuente: Cuadros N° 5.1, 5.2 y 5.3.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.2.1.3 Depreciaciones de activos fijos

La depreciación no es más que la pérdida de valor experimentada por los elementos de activo fijo o inmovilizado de una empresa al prestar la función que le es propia por el transcurso del tiempo o a causa del progreso tecnológico.

Antes de realizar los cálculos respectivos de las depreciaciones es importante identificar el tiempo de vida útil y el porcentaje de depreciación para cada activo:

Tabla N° 5.5: Tiempo de vida útil y porcentaje de depreciación

Depreciaciones	Vida Útil	% Depreciación
Muebles y Enseres	10 años	10%
Equipo de Oficina	10 años	10%
Equipo de Cómputo	3 años	33.33%

Fuente: (REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO, 2008); Art. 25. Gastos Generales Deducibles, Numeral 6.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

El cálculo de la depreciación para el presente proyecto se realizará a través del método de línea recta para todos los activos, el mismo que se consigue con la diferencia entre el valor del activo menos el valor residual dividido para el número de años de vida útil que tiene dicho activo.

Tabla N° 5.6: Depreciación Anual de Activos Fijos

Activo Fijo	Valor	Vida Útil	% Depreciación	Valor Residual	Deprec. Anual	Deprec. Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	1.432,00	10	10%	143,20	128,88	10,74	128,88	128,88	128,88	128,88	128,88
Equipo de Oficina	1.143,89	10	10%	114,39	102,95	8,58	102,95	102,95	102,95	102,95	102,95
Equipo de Cómputo	449,00	3	33.33%	149,67	99,78	8,31	99,78	99,78	99,78	0	0
TOTAL	3024,89			407,26	331,61	27,63	331,61	331,61	331,61	231,83	231,83
DEPRECIACIÓN INICIAL							331,61	331,61	331,61	231,83	231,83
DEPRECIACIÓN ACUMULADA							331,61	663,22	994,83	1226,66	1458,49

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.2.2 Inversión diferida

La inversión diferida está constituida como un gasto previo a la operación, es decir, se considera todos aquellos rubros como por ejemplo los gastos de constitución y de puesta en marcha del establecimiento.

5.2.2.1 Activo diferido o intangible

Es el conjunto de bienes necesarios para su funcionamiento, que incluyen estudios que tiendan a mejorar en el presente o en futuro el funcionamiento de la entidad, como estudios administrativos, o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación del personal dentro y fuera de la organización. (Baca Urbina, 1995)

Tabla N° 5.7: Gastos de Constitución

Permisos	Total
Patente Municipal	25.00
Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	30.00
Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública	5.00
Permiso Anual de Funcionamiento del Ministerio del Interior (Intendencia de Policía de Cotopaxi)	25.00
SUMA	85,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 5.8: Gastos del Estudio de Factibilidad

Estudios	Total
Diagnóstico	100.00
Estudio de Mercado	250.00
Estudio Técnico	650.00
Estudio Administrativo e Impacto Ambiental	50.00
Estudio y Evaluación Financiera	0.00
SUMA	1.050,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.2.2.2 Total de inversiones diferidas

El rubro total correspondiente a la inversión diferida está compuesto por la suma tanto de los gastos de constitución que suma \$85,00 y los gastos del estudio de factibilidad para el proyecto con \$1.050,00 y se detalla a continuación:

Tabla N° 5.9: Total Inversiones Diferidas

Activos Diferidos	Total	Porcentaje
Gastos de Constitución	85,00	7.49%
Gastos del Estudio de Factibilidad	1.050,00	92.51%
SUMA	1.135,00	100%

Fuente: Cuadros N° 5.7 y 5.8.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.2.2.3 Amortizaciones de activos diferidos

La amortización es un término económico y contable, se refiere al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero, es decir, es la aplicación a gasto de un activo diferido en proporción a su valor y al tiempo estimado de vida. La amortización se aplica a los activos diferidos o intangibles, puesto que, se amortizan según la naturaleza y condiciones de cada uno de ellos.

Tabla N° 5.10: Porcentaje de amortización anual

Amortizaciones	% Amortización
Gastos de Constitución	20%
Gastos del Estudio de Factibilidad	20%

Fuente: (LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO) Capítulo IV, DEPURACIÓN DE LOS INGRESOS, Art. 12. Amortización de Inversiones.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 5.11: Amortización Anual de Activos Diferidos

Activo Diferido	Valor	% Amortización	Amortización Anual	Amortización Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Constitución	85,00	20%	17,00	1,42	17,00	17,00	17,00	17,00	17,00
Gastos del Estudio de Factibilidad	1.050,00	20%	210,00	17,50	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
TOTAL	1135,00		227,00	18,92	227,00	227,00	227,00	227,00	227,00
AMORTIZACIÓN INICIAL					227,00	227,00	227,00	227,00	227,00
AMORTIZACIÓN ACUMULADA					227,00	454,00	681,00	908,00	1135,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.2.3 Total inversiones fijas y diferidas

Se considera la inversión total de la inversión fija y la inversión diferida:

Tabla N° 5.12: Total Inversiones Fijas y Diferidas

1.- INVERSION FIJA			
Muebles y enseres	Cantidad	Costo Unitario	Total
Mampara combinada	14	28,50	399,00
Escritorio de Madera	1	120,00	120,00
Silla de Madera	1	25,00	25,00
Taburetes de Madera	3	10,00	30,00
Taburetes Plásticos	16	5,00	80,00
Mesa de Madera con doble servicio	1	120,00	120,00
Estanterías de madera de 1.80m x 1.40m	4	130,00	520,00
Esteras de fibra natural de totora	4	12,00	48,00
Mesas plásticas	6	15,00	90,00
Equipo de Oficina			
Teléfono alámbrico KX-TS520 Panasonic	1	23,99	23,99
Televisor Panasonic LCD de 32"	1	1080,00	1080,00
Reproductor Samsung DVD	1	39,90	39,90
Equipo de Computo			
Samsung Galaxy Tab 3	1	269,00	269,00
Impresora Epson Multifunción Xp400	1	180,00	180,00
TOTAL INVERSION FIJA			3024,89
2.- INVERSION DIFERIDA			
Patentes y permisos	Cantidad	Costo Unitario	Valor Anual
Patente Municipal	1	25,00	25,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	1	30,00	30,00
Permiso del Ministerio de Salud Pública	1	5,00	5,00
Permiso Anual (Intendencia de Policía de Cotopaxi)	1	25,00	25,00
Gastos del Estudio	1	1050,00	1050,00
TOTAL INVERSION DIFERIDA			1135,00
TOTAL INVERSION FIJA Y DIFERIDA			4159,89

Fuente: Tablas N°5.1, 5.2, 5.3, 5.7 y 5.8.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los Gastos Administrativos constituyen las salidas de dinero provenientes de la función administrativa dentro del establecimiento, los mismos que

comprenden los rubros de sueldos administrativos, arriendo, servicios básicos, suministros y útiles de oficina, seguros, mantenimiento, depreciación y amortización de los activos fijos y diferidos.

5.3.1 Sueldos administrativos del personal del centro

Como se determinó en el estudio técnico se necesita dos personas para que laboren en el Centro, para establecer este gasto administrativo se identificó el sueldo para cada uno de los empleados a través de las divisiones sectoriales para el año 2014, es preciso considerar todos los beneficios que por ley les correspondería al personal para posteriormente identificar el gasto anual para el establecimiento.

Tabla N° 5.13: Rol de Pagos Mensual

N°	CARGO	INGRESOS			TOTAL INGRESOS	DEDUCCIONES			TOTAL DEDUCCIONES	8,33% FONDO RESERVA	LIQUIDO A RECIBIR
		SUELDO	HORAS EXTRAS	COMISIONES		9,45% AP. PERS.	ANTICIPOS SUELDOS	IMPTO RENTA			
1	Administrador	344,42			344,42	32,55			32,55	28,69	340,56
2	Recepcionista	341,70			341,70	32,29			32,29	28,46	337,87
TOTAL MENSUAL		686,12	-	-	686,12	64,84	-	-	64,84	57,15	678,44
TOTAL ANUAL		8.233,44	-	-	8.233,44	778,06	-	-	778,06	685,85	8.141,23

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Cada uno de los empleados recibirá un valor mensual de acuerdo a su puesto es así que el Administrador percibirá mensualmente \$340,56 y la Recepcionista \$337,87.

Tabla N° 5.14: Provisión de Beneficios Sociales

N°	TOTAL INGRESOS	IESS		PROVISIONES			TOTAL IESS Y PROV.	COSTO TOTAL PARA LA EMPRESA
		11,15% APOORTE PATRONAL	8,33% FONDO DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES		
1	344,42	38,40	28,69	28,70	28,33	14,35	138,48	482,90
2	341,70	38,10	28,46	28,48	28,33	14,24	137,61	479,31
TOTAL MENSUAL	686,12	76,50	57,15	57,18	56,67	28,59	276,09	962,21
TOTAL ANUAL	8.233,44	918,03	685,85	686,12	680,00	343,06	3.313,05	11.546,49

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

El gasto mensual que corresponde al personal representa para la empresa \$962,21, a su vez anualmente le representa \$11.546,49.

5.3.2 Garantía y arriendo del local

Es importante indicar que el valor por la garantía del local según la propietaria del centro comercial se establecía en \$600,00 por el lapso de tiempo de arrendamiento, pero al tratarse de un proyecto con un enfoque social y educativo y no comercial-privado decidió eliminar el rubro de la garantía así como disminuir el valor del arrendamiento, estableciendo el monto en \$300,00.

Tabla N° 5.15: Arriendo del Local

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo	300,00	3.600,00
SUMA	300,00	\$3.600,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.3.3 Servicios básicos del local

Son aquellos gastos de dinero que efectuará el Centro para que la tarea administrativa tenga un adecuado funcionamiento y comprenden los rubros de agua, luz y teléfono incluido el servicio de internet.

Tabla N° 5.16: Servicios Básicos

Servicio	Valor Mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	20,00	240,00
Agua Potable	4,00	48,00
Telefonía Convencional e Internet	25,00	300,00
SUMA	49,00	\$588,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.3.4 Suministros de aseo y limpieza

En cuanto se refiere a los suministros de limpieza se tendrá basureros, fundas de basura, escobas, trapeadores, palas, papel higiénico para el baño, jabones y desinfectantes.

Tabla N° 5.17: Suministros de Aseo y Limpieza

Suministros	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
Basureros	2	30,00	30,00
Escobas	3	5,00	15,00
Trapeadores	3	8,00	24,00
Palas	2	3,00	6,00
Fundas plásticas de basura	100	0,15	15,00
Rollos de Papel higiénico	72	0,25	18,00
Galones de Desinfectantes	5	6,00	30,00
Jabón para baño	12	1,00	12,00
SUMA			\$150,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.3.5 Suministros y útiles de oficina

En lo que respecta a los suministros de oficina que se utilizarán están básicamente hojas, esferos, carpetas.

Tabla N° 5.18: Suministros y Útiles de Oficina

Suministros	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
Resmas de Hojas (500 hojas)	2	6,00	12,00
Esferos	20	0,30	6,00
Carpetas	12	0,30	3,60
SUMA			\$21,60

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.4 CAPITAL DE TRABAJO PRE-OPERATIVO

El capital de trabajo pre-operativo incluye los rubros totales de los costos fijos y costos variables y además los gastos administrativos necesarios para la operación del Centro, estos últimos se consideran el total que se utilizará para el primer mes; para obtener el capital de trabajo se utilizará la metodología de costos y gastos por período la misma que consiste en sumar tanto los costos como los gastos necesarios para la prestación del servicio esto por el lapso de dos meses.

Tabla N° 5.19: Capital de Trabajo Pre-operativo

CAPITAL DE TRABAJO PRE-OPERATIVO			
Capital de Trabajo Requerido	Valor Unitario	Meses	Valor Total
Administrador	482,9	2	965,80
Recepcionista	479,31	2	958,62
Arriendo	300,00	2	600,00
Servicios Básicos	49,00	2	98,00
Útiles de Oficina	1,8	2	3,60
Útiles de Aseo	12,5	2	25,00
Imprevistos 10%			265,10
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO PRE-OPERATIVO			2916,12

Fuente: Tablas N°5.14, 5.15, 5.16, 5.17 y 5.18.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.5 TOTAL INVERSIÓN

Para obtener la totalidad de la inversión es necesario incluir el total de la inversión de activos fijos, la inversión de activos diferidos y el capital de trabajo pre-operativo.

Tabla N° 5.20: Total Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
TOTAL INVERSION FIJA	3024,89
TOTAL INVERSION DIFERIDA	1135,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO PRE-OPERATIVO	2916,12
TOTAL INVERSION INICIAL EN CAPITAL FIJO, DIFERIDO Y CAPITAL DE TRABAJO	7076,01

Fuente: Tablas N°5.12 y 5.19.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.6 FINANCIAMIENTO

Como se puede observar en la tabla 5.20, la inversión total inicial es de \$7.076,01, es preciso indicar que no se dispone de todo el capital para cubrir con la inversión inicial por lo que se ve necesario financiar lo restante, teniendo como capital propio \$1.076,01 y el otro porcentaje es decir \$6.000,00 a ser financiado.

Tabla N° 5.21: Estructura de Financiamiento

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	PORCENTAJE
TOTAL INVERSION	7076,01	100%
CAPITAL PROPIO	1076,01	15.20%
MONTO A FINANCIAR	6000,00	84.80%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

En lo que respecta al financiamiento se acudió al Banco Nacional de Fomento institución financiera que concede créditos y microcréditos a personas naturales y jurídicas que se encuentran relacionadas con la actividad de producción, comercio y servicios; como parte de los servicios esta la actividad turística, para ello se ha establecido una tasa de interés activa del 10%, obteniendo de esta forma la siguiente tabla de amortización:

Tabla N° 5.22: Tabla de Amortización

Monto del Crédito = 6000,00					
Plazo = 36 meses			Tasa de Interés = 10%		
Gracia = 0 meses			Pagos = Mensuales		
MESES	Saldo Inicial	Intereses	Amortización del Préstamo	Capital Amortizado	Cuota a Pagar
1	6000,00	50,00	166,67	166,67	216,67
2	5833,33	48,61	166,67	333,34	215,28
3	5666,66	47,22	166,67	500,01	213,89
4	5499,99	45,83	166,67	666,68	212,50
5	5333,32	44,44	166,67	833,35	211,11
6	5166,65	43,06	166,67	1000,02	209,73
7	4999,98	41,67	166,67	1166,69	208,34
8	4833,31	40,28	166,67	1333,36	206,95
9	4666,64	38,89	166,67	1500,03	205,56
10	4499,97	37,50	166,67	1666,7	204,17
11	4333,30	36,11	166,67	1833,37	202,78
12	4166,63	34,72	166,67	2000,04	201,39
13	3999,96	33,33	166,67	2166,71	200,00
14	3833,29	31,94	166,67	2333,38	198,61
15	3666,62	30,56	166,67	2500,05	197,23
16	3499,95	29,17	166,67	2666,72	195,84
17	3333,28	27,78	166,67	2833,39	194,45
18	3166,61	26,39	166,67	3000,06	193,06
19	2999,94	25,00	166,67	3166,73	191,67
20	2833,27	23,61	166,67	3333,4	190,28
21	2666,60	22,22	166,67	3500,07	188,89
22	2499,93	20,83	166,67	3666,74	187,50
23	2333,26	19,44	166,67	3833,41	186,11
24	2166,59	18,05	166,67	4000,08	184,72
25	1999,92	16,67	166,67	4166,75	183,34
26	1833,25	15,28	166,67	4333,42	181,95
27	1666,58	13,89	166,67	4500,09	180,56
28	1499,91	12,50	166,67	4666,76	179,17
29	1333,24	11,11	166,67	4833,43	177,78
30	1166,57	9,72	166,67	5000,1	176,39
31	999,90	8,33	166,67	5166,77	175,00
32	833,23	6,94	166,67	5333,44	173,61

Continúa...

33	666,56	5,55	166,67	5500,11	172,22
34	499,89	4,17	166,67	5666,78	170,84
35	333,22	2,78	166,67	5833,45	169,45
36	166,55	1,39	166,67	6000,12	168,06
TOTAL		924,98	6000,12		6925,10

Fuente: Banco Nacional de Fomento.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.7 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

El presupuesto de operación incluye el presupuesto de ingresos y el presupuesto de gastos.

5.7.1 Presupuesto de ingresos

Para determinar los ingresos del establecimiento es preciso identificar las ventas que podría generar el mismo, para ello es preciso considerar el análisis elaborado en el estudio técnico sobre el mercado a captar y con ello la determinación del precio de ingreso al centro para de esa forma estimar los ingresos para los años consecutivos.

5.7.1.1 Determinación del precio de ingreso al centro

Para determinar el precio de ingreso al Centro es preciso indicar que se utilizará el método de fijación en base a los costos para ello se consideró varios aspectos, entre ellos los costos fijos y variables que implican la prestación del servicio:

Tabla N° 5.23: Costos Fijos y Variables

COSTOS TOTALES	
COSTOS FIJOS (CF)	Mensual
Administrador	482,9
Recepcionista	479,31
Arriendo	300,00
TOTAL COSTOS FIJOS	1262,21
COSTOS VARIABLES (CV)	Mensual
Servicios Básicos	49,00
Útiles de Oficina	1,8
Útiles de Aseo	12,5
TOTAL COSTOS VARIABLES	63,30

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Dentro de la producción se espera mensualmente recibir un estimado de 900 visitas mensuales al centro, con este dato se procede a calcular el precio de la siguiente manera:

Tabla N° 5.24: Determinación del Precio de Ingreso

Costo Variable Unitario (CVU) = Costo Variable / # de visitas mensuales esperadas	CVU = 63,30 / 900 CVU = 0,070333
Costos Totales (CT) = CVU + (CF / # de visitas mensuales esperadas)	CT = 0,070333 + (1262,21 / 900) CT = 1,47
Precio Valorado al Público (PVP) = CT + (CT * % ganancia)	PVP = 1,47 + (1,47 * 19%) PVP = 1,7493 PVP = 1,75

Fuente: (Álvarez) e Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Es preciso indicar que se ha tomado el 19% de ganancia ya que no se pretende estimar una gran utilidad de forma inicial sino más bien dar un servicio de calidad con un precio acorde, además en lo que respecta a la competencia indirecta explicada en el estudio de mercado se establece un valor acorde, por lo que se determina \$1,75 como precio de ingreso.

Una vez determinado el precio de ingreso al establecimiento se procede a estimar los ingresos cuando se inicie las actividades del Centro así como para los siguientes cinco años, es importante indicar que para estimar los ingresos se procedió primeramente a proyectar el mercado considerado en el estudio técnico, dichas proyecciones se realizaron individualmente tanto para los estudiantes, para la Población Económicamente Activa (PEA) y para los turistas que llegan al cantón Saquisilí a través de la feria comercial; estas proyecciones se pueden observar con mayor detalle en el Anexo N°07.

A continuación se presenta el cuadro de las estimaciones de visitas al Centro de acuerdo a las proyecciones y porcentajes a ser captados:

Tabla N° 5.25: Estimación de Visitas al Centro

VISITANTES LOCALES	AÑO 0 (2014)	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Estudiantes de 7° año de Educación Básica de Cotopaxi	10255	10255	10255	10255	10255	10255
Estudiantes de 3° año de Bachillerato de Cotopaxi	5602	5602	5602	5602	5602	5602
PEA Saquisilí (Matriz)	5972	6077	6183	6291	6402	6514
PEA Latacunga (Matriz)	47645	48479	49327	50191	51069	51963
PEA Pujilí (Matriz)	13701	13940	14184	14432	14685	14942
PEA Salcedo (San Miguel)	14601	14856	15116	15381	15650	15924
Turistas que llegan a Saquisilí (Feria Comercial)	540	562	584	607	632	657
TOTAL	98316	99771	101252	102760	104294	105856
Porcentaje a Captar 11,5%	11306	11474	11644	11817	11994	12173

Fuente: Anexo N°07.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Para identificar los ingresos para el Centro es preciso estimar los precios de ingreso para los próximos años, para ello fue importante proyectar el porcentaje de inflación a futuro, la proyección se efectuó de acuerdo a los porcentajes de

inflación pasados presentados de forma histórica, a continuación se presenta los ingresos de acuerdo al precio de entrada estimado:

Tabla N° 5.26: Ingresos del Centro

AÑOS	TOTAL VISITAS ANUALES A CAPTAR	PORCENTAJE DE INFLACION	PRECIO DE INGRESO (PVP)	TOTAL INGRESOS ANUALES
AÑO 1	11474	4,58%	1,83	20.999,00
AÑO 2	11644	4,59%	1,91	22.288,00
AÑO 3	11817	4,61%	2,00	23.663,00
AÑO 4	11994	4,62%	2,09	25.126,00
AÑO 5	12173	4,64%	2,19	26.686,00

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Como se puede observar en el año inicial de la inversión se obtiene un ingreso estimado de \$20.999,00, mientras que para el año 5 se estima un ingreso anual de \$26.686,00.

5.7.2 Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos a su vez incluye todos los gastos de administración, ventas, gastos operacionales y financieros los mismos que se detallan a continuación:

Tabla N° 5.27: Egresos del Centro

PRESUPUESTO DE EGRESOS						
CONCEPTOS	AÑOS					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y enseres	1432,00					
Equipo de Oficina	1143,89					
Equipo de Computo	449,00				269,00	
ACTIVOS DIFERIDOS						
Patente Municipal	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Permiso del Ministerio de Salud Pública	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Permiso Anual (Intendencia de Policía de Cotopaxi)	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Gastos del Estudio	1050,00					
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS						
Administrador	5794,80	6200,44	6634,47	7098,88	7595,80	8127,51
Recepcionista	5751,72	6154,34	6585,14	7046,10	7539,33	8067,08
Arriendo	3600,00	3764,88	3937,69	4119,22	4309,52	4509,49
Servicios Básicos	588,00	614,93	643,16	672,81	703,89	736,55
Útiles de Oficina	21,60	22,59	23,63	24,72	25,86	27,06
Útiles de aseo	150,00	156,87	164,07	171,63	179,56	187,90
TOTAL EGRESOS	20066,01	16999,05	18073,15	19218,35	20707,96	21740,58

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Para proyectar los gastos correspondientes a los gastos administrativos, en lo que se refiere a sueldos del personal se utilizó una tasa de incremento del 1.07% que se obtiene a través de la diferencia del salario básico unificado del año actual y del salario básico unificado del año pasado; además para los demás gastos que son de arriendo, servicios básicos, útiles de oficina, útiles de aseo se utilizó el porcentaje de la inflación anual para cada año proyectado anteriormente.

5.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite establecer una igualdad entre los ingresos y egresos en donde la empresa ni gane ni pierda.

Para obtener el punto de equilibrio por unidades vendidas (visitas) se considera la siguiente fórmula:

Ecuación 5.1: Punto de equilibrio
$$P.E. = \frac{C.F.}{PVU - CVU}$$

Donde:

P.E.	Punto de Equilibrio en base al nivel de unidades vendidas para obtener utilidad 0.
C.F.	Total de Costos Fijos.
PVU	Precio de Venta Unitario
CVU	Costo Variable por Unidad

$$P.E. = \frac{C.F.}{PVU - CVU}$$

$$P.E. = \frac{1260,21}{1,75 - 0,070333}$$

$$P.E. = 750$$

Para obtener el punto de equilibrio por volumen de ventas (dinero) se necesita la siguiente fórmula:

$$P.E. = \frac{C.F.}{1 - CVU}$$

$$P.E. = \frac{1260,21}{1 - 0,070333}$$

$$P.E. = 1.355,55$$

Se necesita por lo menos vender 750 entradas hacia el Centro para cubrir los costos, y a su vez recaudar una cantidad mínima de \$1.355,55.

Tabla N° 5.28: Cálculo del Punto de Equilibrio

PVU	CANTIDAD	IT	CFT	CVU	CVT	CT
A	B	$C = A \times B$	D	E	$F = B \times E$	$G = D + F$
1,75	0	0	1262,21	0,070333	0,00	1262,21
1,75	500	875	1262,21	0,070333	35,17	1297,38
1,75	750	1355,5	1262,21	0,070333	52,75	1314,96
1,75	875	1531,25	1262,21	0,070333	61,54	1323,75
1,75	980	1715	1262,21	0,070333	68,93	1331,14

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

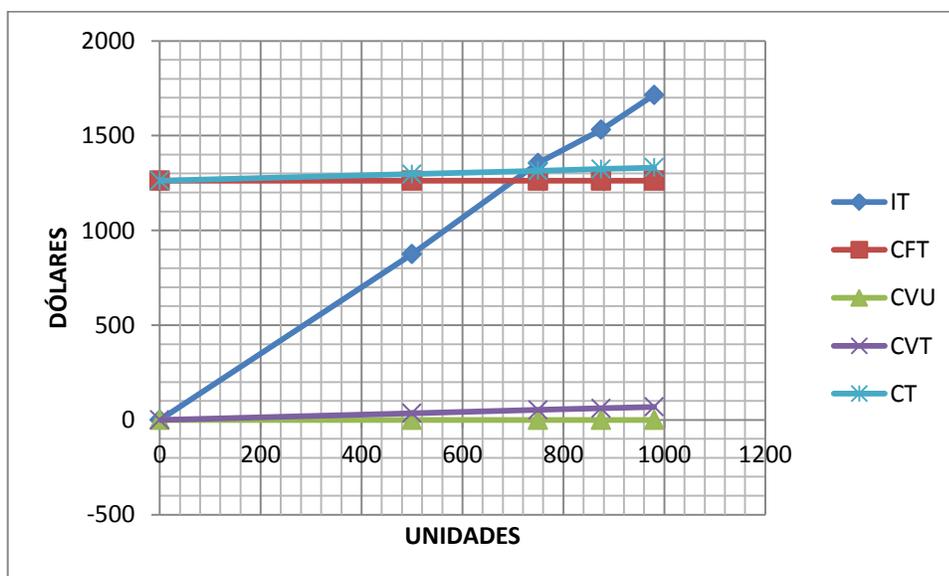


Gráfico N° 5.1: Punto de Equilibrio

Fuente: Tabla N° 5.28.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

5.9 FLUJO DE CAJA ANUAL PROYECTADO

El flujo de caja proyectado es la operación que mide tanto los ingresos como los egresos que se estima que tendrá el establecimiento en un período determinado, si tendrá los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones.

Tabla N° 5.29: Proyección del Flujo de Caja

	Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos		20999,00	22288,00	23663,00	25126,00	26686,00
(-)	Gastos de Administración		16914,05	17988,15	19133,35	20353,96	21655,58
(-)	Depreciación de Activos Fijos		331,61	331,61	331,61	231,83	231,83
(-)	Amortización de Activos Diferidos		210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
(-)	Gastos Financieros		508,33	308,33	108,32		
(=)	Utilidad antes de reparto de Utilidades		3035,01	3449,91	3879,71	4330,21	4588,59
(-)	15% Participación de Utilidades		455,25	517,49	581,96	649,53	688,29
(=)	Utilidad Neta		2579,76	2932,42	3297,76	3680,67	3900,30
(+)	Depreciaciones		331,61	331,61	331,61	231,83	231,83
(+)	Amortización Activo Nominal		227,00	227,00	227,00	227,00	227,00
	Inversión de Activos Fijos	3024,89					
	Capital de Trabajo	2916,12					
	Inversión de Activos Diferidos	1135,00					
(-)	Amortización del préstamo		2000,04	2000,04	2000,04		
(=)	FLUJO DE CAJA	7076,01	1138,33	1490,99	1856,33	4139,50	4359,13

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

El flujo de caja busca medir la rentabilidad de la inversión y de los recursos propios y se ha elaborado con una proyección de 5 años, se considera todos los ingresos y salidas de efectivo en los cuales se incurrirá.

5.10 PROYECCIÓN DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es denominado estado de resultados ya que presenta los resultados de las operaciones realizadas durante un período específico que normalmente es un año. El objetivo es calcular la utilidad neta y los flujos netos efectivos del proyecto, que es el beneficio real de la operación del Centro y se obtiene de la diferencia entre los ingresos y todos los costos en que incurre con los impuestos que deba pagar.

Tabla N° 5.30: Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias

	Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos	20999,00	22288,00	23663,00	25126,00	26686,00
(-)	Gastos de Administración	16914,05	17988,15	19133,35	20353,96	21655,58
(-)	Depreciación de Activos Fijos	331,61	331,61	331,61	231,83	231,83
(-)	Amortización de Activos Diferidos	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
(-)	Gastos Financieros	508,33	308,33	108,32		
(=)	Utilidad antes de reparto de Utilidades	3035,01	3449,91	3879,71	4330,21	4588,59
(-)	15% Participación de Utilidades	455,25	517,49	581,96	649,53	688,29
(=)	Utilidad Neta	2579,76	2932,42	3297,76	3680,67	3900,30

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Se puede observar que de acuerdo a los ingresos estimados para cada año, si se genera utilidades a partir del primer año, a pesar de que se proyecta tanto los gastos como ingresos con los respectivos índices de inflación anual, pero se puede observar que de acuerdo a lo proyectado se estima una cantidad considerable de utilidades.

5.11 EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera mide el grado de rendimiento de la inversión a precios de mercado.

Para iniciar con la evaluación es preciso identificar la TMAR que es la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o Tasa de Actualización, es aquella tasa a la que debe retornar la inversión; para obtener la TMAR es importante identificar dos indicadores económicos necesarios: el porcentaje de Inflación acumulada anual, para ello fue preciso considerar la proyección determinada anteriormente, cuya estimación es de 4.56% para el año 2014 y el Riesgo País que en el mes de marzo se ubicó en 535.00.

Tabla N° 5.31: Indicadores Económicos para la TMAR

Indicador	Porcentaje
Inflación (acumulada 2014)	4.56%
Riesgo País (Marzo-20-2014)	535.00 = 5.35%

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Se obtiene el porcentaje de la TMAR con la ayuda de la siguiente fórmula:

Ecuación 5.2: Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento $TMAR = in + f + (in * f)$

$$TMAR = 0.0456 + 0.0535 + (0.0456 * 0.0535)$$

$$TMAR = 0.1015396 = TMAR = 10.15\%$$

5.11.1 Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) consiste en la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial.

Mientras mayor sea el VAN, mayor será el aumento del valor financiero del activo del inversionista.

Consideraciones de aceptación del proyecto:

Cuadro N° 5.1: Criterios para el análisis del VAN

VALOR	SIGNIFICADO	DECISIÓN A TOMAR
VAN > 0	El proyecto producirá ganancias mayores a la rentabilidad exigida.	El proyecto se acepta.
VAN = 0	El proyecto no producirá ni ganancias ni pérdidas.	El proyecto cubre las inversiones pero la decisión se basa en otros criterios de evaluación.
VAN < 0	Se produciría ganancias por debajo de la rentabilidad exigida	El proyecto se rechaza.

Fuente: (Lara Dávila)

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

La siguiente fórmula se aplica para obtener el VAN:

$$\text{Ecuación 5.3: Valor Actual Neto} \quad \text{VAN} = -\text{Inversión} + \frac{(FA)_1}{(1+i)^1} + \frac{(FA)_2}{(1+i)^2} + \frac{(FA)_3}{(1+i)^3} + \frac{(FA)_4}{(1+i)^4} + \frac{(FA)_5}{(1+i)^5}$$

Fuente: (GALLEGHERT, 2001)

Donde:

i = Es la tasa de interés calculada para el costo de oportunidad (10.15%)

FA = Flujo Anual

PROCEDIMIENTO:

$$\text{VAN} = -7.076,01 + \frac{(1138,33)_1}{(1 + 0.10153)^1} + \frac{(1490,99)_2}{(1 + 0.10153)^2} + \frac{(1856,33)_3}{(1 + 0.10153)^3} + \frac{(4139,50)_4}{(1 + 0.10153)^4} + \frac{(4359,13)_5}{(1 + 0.10153)^5}$$

$$\text{VAN} = 2075,56$$

Tabla N° 5.32: Cálculo de los Flujos de Caja del VAN

AÑOS	Flujo de Caja Neto Proyectado	Flujo de Caja Neto Actual
AÑO 0	-7076,01	
AÑO 1	1138,33	1033,44
AÑO 2	1490,99	1228,87
AÑO 3	1856,33	1389,00
AÑO 4	4139,50	2811,97
AÑO 5	4359,13	2688,30
TOTAL		9151,57

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 5.33: Cálculo del VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-7076,01					
i =	0,1015					
VAN =	-7076,01	$\frac{(1138,33)_1}{(1 + 0.10153)^1}$	$\frac{(1490,99)_2}{(1 + 0.10153)^2}$	$\frac{(1856,33)_3}{(1 + 0.10153)^3}$	$\frac{(4139,50)_4}{(1 + 0.10153)^4}$	$\frac{(4359,13)_5}{(1 + 0.10153)^5}$
VAN =	-7076,01	1033,44	1228,87	1389,00	2811,97	2688,30
VAN =	2075,56					

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Así, considerando los Flujos de Efectivo de cada año y traídos a valor presente a una tasa del 10.15%, el VAN del proyecto es de \$ 2.075,56 dólares, Mayor que CERO, se puede interpretar que el proyecto es factible.

5.11.2 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una tasa de rendimiento por período, con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. La TIR representa la rentabilidad obtenida en proporción directa al capital invertido; se la define también como aquella tasa de interés que mide la velocidad con la que la inversión retorna desde el futuro hacia el presente.

Para analizar la TIR se utiliza el siguiente criterio: **TIR > i**: el proyecto es rentable.

Debido a la complejidad del cálculo del TIR se optó por realizar el cálculo respectivo en el programa Excel, en las funciones financieras, para ello se necesitó los siguientes datos:

Tabla N° 5.34: Cálculo de la TIR

AÑOS	Flujo de Caja Neto Proyectado
AÑO 0	-7076,01
AÑO 1	1138,33
AÑO 2	1490,99
AÑO 3	1856,33
AÑO 4	4139,50
AÑO 5	4359,13
TIR	19%

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Como se puede observar la TIR es de 19%, porcentaje mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, por lo que el proyecto será rentable.

5.11.3 Relación beneficio costo

La relación beneficio-costos es también llamado índice de productividad, tiene como objetivo fundamental proporcionar una medida de rentabilidad de un proyecto, mediante la comparación de los costos previstos con los beneficios esperados en la realización del mismo.

La evaluación consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TMAR y luego el total se divide para la inversión, con lo cual se obtiene, en promedio, el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión. Los criterios de aceptación o rechazo de la relación beneficio-costos son los siguientes:

Si el **B/C** > 1 se acepta el proyecto (gana más de lo que invierte).

Si el **B/C** = 1 es indiferente el proyecto (se recupera la inversión).

Si el **B/C** < 1 se rechaza el proyecto (no recupera lo que invierte).

Para calcular la relación se necesita los siguientes datos:

Tabla N° 5.35: Datos para el cálculo de Relación Beneficio Costo

AÑOS	Flujo de Caja Neto Proyectado	Flujo de Caja Neto Actual
AÑO 0	-7076,01	
AÑO 1	1138,33	1033,44
AÑO 2	1490,99	1228,87
AÑO 3	1856,33	1389,00
AÑO 4	4139,50	2811,97
AÑO 5	4359,13	2688,30
TOTAL		9151,57

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Se aplica la siguiente fórmula:

Ecuación 5.4: Relación Beneficio Costo $R B/C = \frac{\sum \text{Flujo de Caja Neto Actual}}{\text{Inversión Inicial}}$

$$R B/C = \frac{9151,57}{7.076,01}$$

$$R \frac{B}{C} = 1.2933 = 1.29$$

La relación costo-beneficio indica que por cada dólar que se invierta en el proyecto se recibirá como rentabilidad \$0,29 dólares.

5.11.4 Período de recuperación de la inversión

También denominada “El PAY-BACK, o plazo de recuperación, es una técnica que tienen las empresas para hacerse una idea aproximada del tiempo que tardarán en recuperar el desembolso inicial en una inversión. El plazo de recuperación real de la inversión inicial del Centro se basa en los flujos proyectados que genera en cada período de su vida útil, así como se explica en el siguiente cuadro:

Tabla N° 5.36: Tabla del Período de Recuperación de la Inversión

AÑOS	Flujo de Caja Neto Projectado	Flujo de Caja Neto Actual	Flujo de Caja Neto Actual Acumulado	
AÑO 0	-7076,01			
AÑO 1	1138,33	1033,44	1033,44	
AÑO 2	1490,99	1228,87	2262,31	
AÑO 3	1856,33	1389,00	3651,31	
AÑO 4	4139,50	2811,97	6463,27	
AÑO 5	4359,13	2688,30	9151,57	REC. INVERSIÓN
TOTAL		9151,57		

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Ecuación 5.5: Recuperación de la Inversión: Para calcular el período de recuperación de la inversión se utiliza la siguiente fórmula:

PRI =

Año anterior al de la recuperación de la Inversión - 1 + $\left(\frac{\text{Flujo de Caja Acumulado (previo al año de recuperación)}}{\text{Flujo de Caja Actual (previo al año de recuperación)}}\right)$

$$\text{PRI} = 4 - 1 + \left(\frac{6463,27}{2811,97}\right)$$

$$\text{PRI} = 5.2984$$

PRI = 5 años y 3 meses

Se puede observar que en el proyecto se recuperará la inversión que ha realizado a los 5 años con tres meses, tiempo adecuado que el Centro podrá seguir generando beneficios.

5.11.5 Resumen análisis financiero del proyecto

Para facilitar y resumir la información obtenida en el presente estudio se procede a identificar los principales indicadores financieros los mismos que identifican la factibilidad financiera del proyecto:

Tabla N° 5.37: Indicadores Financieros de Evaluación

INDICADOR	VALOR	CRITERIO	RAZÓN
Valor Actual Neto (VAN)	2.075,56 USD	Favorable	Mayor que Cero
Tasa Interna de Retorno (TIR)	19%	Favorable	Mayor que el Costo de Oportunidad 10.15%
Coficiente Costo Beneficio	1,29	Favorable	Mayor que uno, existe retorno por cada dólar invertido.
Período de Recuperación	5 Años y 3 meses aproximadamente	Favorable	Dentro del tiempo de vida útil del proyecto

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

CONCLUSIONES

- Con la realización del presente trabajo se pudo constatar de forma directa la realidad de la actividad artesanal de la provincia de Cotopaxi, si bien es cierto posee una gran riqueza cultural que identifica a la jurisdicción, también se identifica varias debilidades que de una u otra manera afecta al sector, el caso de la falta de apoyo público o privado es un fiel reflejo, ya que la mayor parte de artesanos no poseen contacto alguno con entidades que le ayuden por ejemplo a la comercialización de sus productos artesanales, al no obtener ingresos de esa forma han optado por buscar nuevas fuentes de ingreso económico, dejando paulatinamente la actividad artesanal.
- A través de la investigación de mercado se identificó ciertas características tanto de la oferta artesanal como de la demanda, obteniendo como resultados importantes que el 96% de turistas estuvieron de acuerdo que la provincia de Cotopaxi debería contar con un Centro de Difusión y Promoción Artesanal; por su parte los artesanos, actores importantes de esta investigación añadieron que sus elaboraciones son comercializadas en sus propios talleres, por ello al 70% de artesanos encuestados les gustaría formar parte del Centro; posteriormente se propuso varias estrategias de comercialización, a través, de la herramienta del marketing mix
- Se determinó la ubicación idónea del Centro, después de un análisis de microlocalización, determinando de esa forma como la ubicación más adecuada en el cantón Saquisilí, sector Plaza 18 de Octubre calle Carchi y 24 de Mayo (esquina); se optó más conveniente el alquiler de un local en la tercera planta de un Centro Comercial, un local amplio y que de acuerdo a la dimensión del mismo se estableció la distribución de los espacios para los servicios los mismos que son: Taller Demostrativo de Elaboración de Artesanías, Área de Interacción entre Artesanos y Turistas y Área de Venta de Artesanías.

- En lo que respecta al estudio administrativo se determinó el aspecto filosófico y el talento humano a laborar en el Centro, en cuanto a los artesanos se propuso hacer convenios mensuales para que un determinado grupo acudan mensualmente al establecimiento; se identificó la mejor forma de figura legal, tras el análisis de la Ley de Economía Popular y Solidaria manejada por el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS) se propone que el establecimiento este bajo la figura de una Unidad Económica Popular.
- El estudio financiero arrojó los resultados que se deseaba, ya que, para recuperar la inversión inicial se necesita aproximadamente de 5 años, se percibió en la evaluación financiera que justifica la puesta en marcha del proyecto, considerando los Flujos de Efectivo de cada año y traídos al valor presente a una tasa del 10.15%, se obtiene un Valor Actual Neto (VAN) del proyecto de \$ 2.075,56 dólares, mayor que cero; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 19%, porcentaje mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (10.15%) y la relación Beneficio/Costo es de 0.29; se recuperará el valor de la inversión en el quinto año de vida útil.

RECOMENDACIONES

- Las instituciones públicas de la provincia no poseen información necesaria en lo que respecta a la actividad artesanal, ni siquiera conocen el tipo de artesanías que se elaboran indistintamente en los cantones, por lo que se recomienda que las entidades correspondientes que son el Ministerio de Cultura en primera instancia y el Ministerio de Turismo, apoyados en cada uno de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Cantonales, a través del presupuesto que anualmente les otorgan, destinen un porcentaje al levantamiento de información de la actividad artesanal que se desarrolla en la provincia, considerando que la misma forma parte de la cultura y la actividad turística del país.
- Es importante recomendar que si llegase a funcionar el Centro, se debería considerar las estrategias propuestas en el estudio de mercado, con mayor énfasis en aquellos aspectos propuestos a través de la herramienta del marketing mix, ya que sería muy importante contribuir a la promoción del establecimiento y por ende a la actividad artesanal de la provincia, recordando que ese es el objetivo primordial del Centro.
- Para el funcionamiento del Centro de Difusión y Promoción Artesanal se propuso tres áreas de servicio, se recomienda tomar en cuenta las mismas y darles el enfoque necesario, pues, es preciso recordar que dichas áreas fueron propuestas por la posible demanda y se considera un servicio innovador en la provincia ideal para la convivencia entre artesanos y visitantes.
- El aspecto administrativo es ideal para el funcionamiento del Centro, por ello es preciso recomendar que se tome en cuenta los convenios con los artesanos, pues al ser actores directos de la actividad artesanal deben estar presentes y totalmente de acuerdo con los objetivos del establecimiento; así mismo se debe recordar que el Centro al ser parte de una institución pública

a través del IEPS, gozará de ciertos beneficios con otras entidades gubernamentales, por ello la administración no debería descuidar dicho aspecto favorable principalmente para los artesanos.

- Finalmente quien dirija o administre el Centro deberá enfocarse en la meta financiera, puesto que para el funcionamiento del mismo se deberá cumplir con los ingresos estimados, para ello convendrá considerar las estrategias necesarias para de ese modo captar el número de visitas y cumplir con las expectativas financieras estimadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Aimacaña, L. A. (15 de 08 de 2013). Artesanías de Totorá. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia Guaytacama-Pupaná Sur, Latacunga.
- Almeida, E. (2001). *Apuntes para el Estudio del Folklore*. Quito.
- Álvarez Román, J. (s.f.). *Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.
- Álvarez, R. J. (s.f.). *Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos*. Riobamba, Ecuador.
- AMBIENTE, M. D. (2012). *Registro de Visitantes*. (D. N. SILVESTRE, Ed.)
- Baca Urbina, G. (1995). *Evaluación de Proyectos* (Tercera ed.). México.
- Barahona, Á. (19 de 08 de 2013). Jergas de Algodón. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia Guaytacama-Cuicuno, Latacunga.
- Boullón, R. (1999). *Las Actividades Turísticas y Recreacionales* (Cuarta ed.). México: Trillas.
- Boullon, R. (s.f.). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Editorial Trillas.
- Caisaguano, J. (16 de 08 de 2013). Artesanías de Cabuya. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia La Matriz, Salcedo.
- Canguilhem, J. (1974). *En aquells termes seposeaujourd'hui le problema du media planning?, EsomarSpecialGroupsCongress*.
- Castellanos, E. (2010). *Turismo y Recreación*. Trillas.
- Chasi, L. E. (15 de 08 de 2013). Artesanías en Totorá. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia Guaytacama-Pupaná Sur, Latacunga.

- Chiluisa, L. A. (16 de 08 de 2013). Mascaras Tradicionales de Papel. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia La Matriz, Salcedo.
- CIDAP. (1989). Artesanías de América. *Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares N°29*, 78.
- CIDAP, R. d. (2013). *Artesanías de América*. Cuenca, Ecuador.
- Constituyente, A. (20-11-2008). *Constitucion de la República del Ecuador*. Quito.
- Crespi, M., & Planells, M. (2003). *Patrimonio Cultural*. Síntesis.
- Ecuador, C. N. (1997). *Ley de Defensa del Artesano*. Quito.
- GALLEGHERT, A. (2001). *Administración Financiera* (Segunda Edición ed.). Prentice Hall.
- Hernández, R., Fernández, C., & Batista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- INEC, I. N. (2010). *Censo de Población y Vivienda*.
- IJara, M. (17 de 08 de 2013). Artesanías de Cabuya. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia La Matriz, Salcedo.
- Kotler, P. (s.f.). *Dirección de Mercadotecnia* (Segunda Edición ed.). México: Prentice Hall.
- Lara Dávila, B. (s.f.). *Cómo Elaborar Proyectos de Inversión Paso a Paso*. Quito.
- Levin, R., & Rubin, D. (2004). *Estadística para Administración y Economía*. México: Pearson Educación.
- *LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO*. (s.f.).

- Llumiquinga, M. (10 de 08 de 2013). Artesanías en Totorá. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia Chantilin, Saquisilí.
- Malo , C., Arroyo, O., Giordano , D., Jaramillo, D., & Soto , A. (1990). *Diseño y Artesanía*. (CIDAP, Ed.) Cuenca, Ecuador.
- Montaner, A. (1986). *Los Muesos de la Última Generación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Mullo, L., & Mullo, L. (16 de 08 de 2013). Artesanías de Carrizo. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Sector El Niágara, Latacunga.
- Museos, C. I. (1974). *XI Asamblea General*.
- Nacional, A. (2004). *Ley de Cultura*.
- Nacional, C. (1973). *Ley de Fomento a la Pequeña Industria y Artesanía*.
- Nacional, C. (1986). *Ley de Fomento Artesanal*.
- Nacional, C. (1997). *Ley de Defensa del Artesano*. Quito.
- Nacional, C. (2002). *Ley de Turismo*.
- Nacional, C. (2004). *Ley de Patrimonio Cultural*.
- Nakayama, L. (1993). *Relevamiento Turístico*. Santa Fé.
- Olmos, D. (12 de 08 de 2013). Artesanías de Cerámica y Pintura. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia La Matriz, Pujilí.
- Pichucho, L. M. (25 de 08 de 2013). Hilandería Manual. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Sector de Tilipulo, Latacunga.
- Pita, E., & Meier, P. (s.f.). *Artesanía y Modernización en el Ecuador*. (C. B. Ecuador, Ed.) Quito, Ecuador: Trama.

- *REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO.* (2008).
- Sandoval, O. (1985). *Comercialización de Artesanías.* Casa de la Cultura.
- SENPLADES, S. N. (2009). *Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013.* Quito.
- Sevilla Olmos, M. (07 de 08 de 2013). Investigación sobre la Cerámica y Alfarería. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia La Victoria, Pujilí.
- Sevilla Olmos, M. Á. (1996-2012). *Investigación sobre la Cerámica y Alfarería.* Parroquia La Victoria.
- Taxi, J. (16 de 08 de 2013). Artesanías de Madera. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia La Matriz, Salcedo.
- Toaquiza Ugsha, A. (1993). *La Artesanía y la Pintura Indígena en Tigua-Chimbacucho.* Pujilí .
- Toaquiza, J. (14 de 08 de 2013). Pinturas de Tigua y Máscaras de Madera. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia Zumbahua-Tigua, Pujilí.
- Turismo, M. d. (2004). *Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos.*
- Turismo, M. d. (2007). *PLANDETUR 2020.*
- Ugsha, M. F. (14 de 08 de 2013). Artesanías de Paja. (J. Albán Caisa, Entrevistador) Parroquia Zumbahua-Tigua, Pujilí.
- UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial sobre el Patrimonio Cultural.* México.
- Zapata Sánchez, P. (s.f.). *Contabilidad General* (Segunda ed.).

LINKGRAFÍA

- *Artesanía en Loreto - Promamazonia*. (2008). Consultado el 07 de 05 de 2013, de www.regionloreto.gob.pe/web_dircetura/artesania/artesania.htm
- Educación, M. d. (2013). *Archivo Maestro de Instituciones Educativas AMIE*. Consultado el 26 de 03 de 2014, de Estudiantes por nivel educativo, grado y sostenimiento:

<http://reportes.educacion.gob.ec:8085/reportesPlantilla.aspx?rep=3>
- Encuesta Nacional de Empleo, D. y.-E. (Junio de 2012). *Dirección de Estadísticas Ambientales (DIEA)*. Consultado el 13 de Enero de 2014, de http://www.inec.gob.ec/Ambientales2012junio/Presentacio_Junio%202012.pdf?TB_iframe=true&height=600&width=1000
- Investigacion, B. M. (31 de 07 de 2010). *Conceptos Básicos de Metodología de la Investigación*. Consultado el 17 de 10 de 2013, de Tipos de Muestreo: <http://metodologia02.blogspot.com/p/tipos-de-muestreo.html>
- Leopold. (s.f.). *LA MATRIZ DE LEOPOLD PARA LA EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL*. Consultado el 17 de 02 de 2014, de http://ponce.sdsu.edu/la_matriz_de_leopold.html
- Málaga, U. d., & Bioestadística. (s.f.). *Bioestadística: Métodos y Aplicaciones*. Consultado el 17 de 10 de 2013, de Muestreo aleatorio estratificado : <http://www.bioestadistica.uma.es/libro/node89.htm>
- Nacional, C. (10 de 09 de 2004). *LEY DE GESTION AMBIENTAL, CODIFICACION*. Consultado el 14 de 02 de 2014, de Ministerio del Ambiente: <http://ecuadorforestal.org/wp-content/uploads/2010/05/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

- (OMT), O. M. (1994). *Actualización de las Recomendaciones sobre Estadísticas de Turismo*. Consultado el 12 de 05 de 2013, de <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf>
- Pineda, J. M. (02 de 2008). Blogger Estadística. Consultado el 08 de 12 de 2013, de Blogger Estadística:
http://apaejmeps.blogspot.com/2008/07/comentario_1932.html

ANEXOS

Anexo N°01: Modelos de Encuestas para Turistas

Encuesta Turistas Nacionales

ENCUESTA

Reciba un cordial saludo por parte de una estudiante de la Carrera de Ing. en Administración Turística y Hotelera de la Escuela Politécnica del Ejército y a la vez le solicito su colaboración para llenar esta encuesta.

OBJETIVO: Determinar el perfil del turista que visita la provincia de Cotopaxi identificando sus preferencias en cuanto a las artesanías y la aceptación para la creación de un Centro de Promoción y Difusión Artesanal.

Se le agradece que responda las siguientes preguntas marcando con una X.

PERFIL DEL TURISTA

a) Género

<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino
--------------------------	-----------	--------------------------	----------

b) Marque su rango de edad

<input type="checkbox"/>	15-25 años
<input type="checkbox"/>	26-35 años
<input type="checkbox"/>	36-45 años
<input type="checkbox"/>	46-55 años
<input type="checkbox"/>	56-65 años
<input type="checkbox"/>	De 66 en adelante

c) Ocupación

<input type="checkbox"/>	Estudiante
<input type="checkbox"/>	Tareas del Hogar
<input type="checkbox"/>	Empleado Público
<input type="checkbox"/>	Empleado Privado
<input type="checkbox"/>	Negocio Propio
<input type="checkbox"/>	Jubilado
<input type="checkbox"/>	Otro:

d) Nacionalidad

.....

DIAGNÓSTICO

1. Con qué frecuencia usted visita lugares turísticos de la provincia de Cotopaxi.

<input type="checkbox"/>	Primera Vez
<input type="checkbox"/>	Semanalmente
<input type="checkbox"/>	Mensualmente
<input type="checkbox"/>	Trimestralmente
<input type="checkbox"/>	Semestralmente
<input type="checkbox"/>	Una vez al año

2. ¿Cuándo visita la provincia de Cotopaxi Ud. que lugares prefiere? Señale las opciones considerando una escala del 1 al 5, siendo 1 el menos importante y 5 el más importante.

LUGARES	Definitivamente No (1)	Probablemente No (2)	Indeciso (3)	Probablemente Sí (4)	Definitivamente Sí (5)
Iglesias y Santuarios	<input type="checkbox"/>				
Museos	<input type="checkbox"/>				
Áreas Protegidas	<input type="checkbox"/>				
Ferías y Mercados	<input type="checkbox"/>				
Venta de artesanías	<input type="checkbox"/>				

3. Cuando visita los atractivos turísticos de la provincia de Cotopaxi Ud. adquiere con facilidad artesanías del sector:

SI () NO ()

4. ¿Conoce todas las artesanías que se elaboran en la provincia?

SI () NO ()

5. ¿Ha visitado un Centro de Promoción y Difusión Artesanal?

SI () NO ()

6. ¿Cree Ud. que la provincia de Cotopaxi debería tener un Centro de Promoción y Difusión Artesanal que permita fortalecer la identidad cultural e impulsar el patrimonio artesanal como un recurso turístico?

SI () NO ()

7. De los siguientes servicios que tiene un centro de promoción y difusión artesanal. ¿Cuál cree que es el más importante? Señale las opciones considerando una escala del 1 al 4, siendo 1 el menos importante y 4 el más importante.

SERVICIOS	Nada Importante (1)	Poco Importante (2)	Importante (3)	Muy Importante (4)
Información de las artesanías				
Taller demostrativo de elaboración de artesanías				
Venta de artesanías				
Área de interacción entre artesanos y turistas				

8. De las siguientes artesanías ¿cuáles preferiría Ud. que se comercialicen en el centro de promoción y difusión artesanal? Señale las opciones considerando una escala del 1 al 5, siendo 1 el menos importante y 5 el más importante.

ARTESANÍAS	Definitivamente No (1)	Probablemente No (2)	Indeciso (3)	Probablemente Sí (4)	Definitivamente Sí (5)
Pinturas					
Tejidos					
Madera					
Cerámica					
Alfarería					
Fibras vegetales: (carrizo, totora, cabuya)					

9. Al momento de adquirir artesanías que aspectos considera. Señale las opciones considerando una escala del 1 al 4, siendo 1 el menos importante y 4 el más importante.

ASPECTOS	Nada Importante (1)	Poco Importante (2)	Importante (3)	Muy Importante (4)
Características "material, color, diseño"				
Precio				
Ayuda a los artesanos del sector				
Elaboración manual				

10. Según su criterio indique que deberían proyectar las instalaciones de un centro de promoción y difusión artesanal. Señale las opciones considerando una escala del 1 al 3, siendo 1 el menos importante y 3 el más importante.

OPCIONES	Nada importante (1)	Importante (2)	Muy importante (3)
La identidad cultural del sector			
La historia de cada uno de los cantones			
Los sitios turísticos de la provincia			

11. Si se implementara un centro de promoción y difusión artesanal en la provincia de Cotopaxi, ¿en qué cantón considera que se debería ubicar? Señale las opciones considerando una escala del 1 al 4, siendo 1 el menos importante y 4 el más importante.

CANTONES	Pésima Ubicación (1)	Mala Ubicación (2)	Buena Ubicación (3)	Excelente Ubicación (4)
Latacunga				
Pujilí				
Saquisilí				
Salcedo				

12. De acuerdo a la respuesta anterior, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por la visita a un Centro de Promoción y Difusión Artesanal?

.....

13. A través de qué medios a Ud. le gustaría recibir información acerca del Centro de Promoción y Difusión Artesanal y sus productos artesanales. Señale las opciones considerando una escala del 1 al 3, siendo 1 el menos importante y 3 el más importante.

MEDIOS	Definitivamente No (1)	Indiferente (2)	Definitivamente Sí (3)
Redes Sociales			
Anuncios Publicitarios			
Revistas			
Mensajería Instantánea			

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Encuesta Turistas Extranjeros

SURVEY

Please receive a cordial greeting from a student of Engineering in Tourism and Hospitality Management at the Polytechnic School of the Army and also request your cooperation to complete this survey.

OBJECTIVE: To determine the profile of tourists visiting the province of Cotopaxi identifying their preferences for handicrafts and acceptance for the creation of an Artisan Advocacy and Outreach Center.

I appreciate your help in answering the following by marking an X.

TOURIST PROFILE

a) Gender

<input type="checkbox"/>	Male	<input type="checkbox"/>	Female
--------------------------	------	--------------------------	--------

b) Mark your age range

<input type="checkbox"/>	15-25 years
<input type="checkbox"/>	26-35 years
<input type="checkbox"/>	36-45 years
<input type="checkbox"/>	46-55 years
<input type="checkbox"/>	56-65 years
<input type="checkbox"/>	66 onwards

c) Occupation

<input type="checkbox"/>	Student
<input type="checkbox"/>	Housework
<input type="checkbox"/>	Public Employee
<input type="checkbox"/>	Private Employee
<input type="checkbox"/>	Business Owner
<input type="checkbox"/>	Retired
Other:	

d) Nationality

.....

DIAGNOSTIC

1. How often do you visit tourist sites in the province of Cotopaxi?

	First time
	Weekly
	Monthly
	Quarterly
	Twice a year
	Once a year

2. When visiting the Cotopaxi province. Which places do you prefer? Mark your choices considering a scale of 1 to 5 with 1 being the least important and 5 the most important.

PLACES	Definitely No (1)	Probably No (2)	Undecided (3)	Probably Yes (4)	Definitely Yes (5)
Churches and Shines					
Museums					
Protected Areas					
Fairs and Markets					
Crafts Sales					

3. When you visit the tourism attractions of the Cotopaxi province, Can you easily acquire crafts from the area?

YES ()

NO ()

4. Do you know all the crafts that are made in the province?

YES ()

NO ()

5. Have you visited an Artisan Advocacy and Outreach Center?

YES ()

NO ()

6. Do you believe that the Cotopaxi province should have an Artisan Advocacy and Outreach Center that strengthens cultural identity and promotes traditional heritage as a tourist resource?

YES ()

NO ()

7. Of the following services provided by an Artisan Advocacy and Outreach Center, What do you think is the most important? Mark your choices considering a scale of 1 to 4, with 1 being the least important and 4 the most important.

SERVICES	Not important at all (1)	Not important (2)	Important (3)	Very Important (4)
Information of the crafts				
Demonstration workshop of craft making				
Sale of handicrafts				
Area of interaction between artisans and tourists				

8. Which of the following crafts would you prefer to be sold in the Artisan Advocacy and Outreach Center? Mark your choices considering a scale of 1 to 5, with 1 being the least important and 5 being the most important.

CRAFTS	Definitely No (1)	Probably No (2)	Undecided (3)	Probably Yes (4)	Definitely Yes (5)
Paintings					
Fabrics					
Wood					
Ceramics					
Pottery					
Vegetable fibers: (reed, cattail, sisal)					

9. When purchasing crafts, what aspects do you consider? Mark your choices considering a scale of 1 to 4, with 1 being the least important and 4 the most important.

ASPECTS	Not important at all (1)	Not important (2)	Important (3)	Very Important (4)
Feature "material, color, design"				
Price				
Helps sector artisans				
Handmade				

10. Of the following criteria, indicate which should be project by the Artisan Advocacy and Outreach Center. Mark your choices considering a scale of 1 to 3, with 1 being the least important and 3 the most important.

OPTIONS	Not important at all (1)	Important (2)	Very Important (3)
Cultural identity of the sector			
The history of each of the counties			
The tourist sites in the province.			

11. If an Artisan Advocacy and Outreach Center was implemented in the Cotopaxi province, in which county should it be located? Mark your choices considering a scale of 1 to 4, with being 1 the least important and 4 the most important.

COUNTIES	Very bad Location (1)	Bad Location (2)	Good Location (3)	Great Location (4)
Latacunga				
Pujilí				
Saquisilí				
Salcedo				

12. In relation to the previous answer, how much would you be willing to pay for a visit to an Artisan Advocacy and Outreach Center?

.....

13. Through which media would you like to receive information about the Artisan Advocacy and Outreach Center and its products? Mark your choices considering a scale of 1 to 3, with 1 being the least important and 3 the most important.

MEDIA	Definitely No (1)	Indifferent (2)	Definitely Yes (3)
Social Networks			
Advertising Ads			
Magazines			
Instant Messaging			

THANK YOU FOR YOUR COOPERATION

Anexo N°02: Modelo de Encuesta para Artesanos

ENCUESTA

Reciba un cordial saludo por parte de una estudiante de la Carrera de Ing. en Administración Turística y Hotelera de la Escuela Politécnica del Ejército y a la vez le solicito su colaboración para llenar esta encuesta.

OBJETIVO: Determinar la aceptación de los artesanos para la Creación de un Centro de Promoción y Difusión Artesanal de la provincia identificando su nivel de comercialización.

Se le agradece que responda las siguientes preguntas marcando con una X.

PERFIL DEL ARTESANO

a) Género

<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino
--------------------------	-----------	--------------------------	----------

b) Marque su rango de edad

	18-25 años
	26-35 años
	36-45 años
	46-55 años
	56-65 años
	De 66 en adelante

DIAGNÓSTICO

1. De las actividades económicas que se desarrolla en su comunidad o barrio, ¿cuál de ellas representan mayores ingresos para su familia?

	Agricultura
	Ganadería
	Artesanía
	Servicios domésticos
	Otras:

2. Considera a la artesanía como una actividad económica rentable

SI ()

NO ()

3. ¿Con qué frecuencia vende sus artesanías?

	Diariamente
	Semanalmente
	Mensualmente
	Semestralmente
	Anualmente

4. Las artesanías que Ud. elabora, a quienes vende con frecuencia. Señale las opciones considerando una escala del 1 al 3, siendo 1 el menos importante y 3 el más importante.

OPCIONES	Nada importante (1)	Importante (2)	Muy importante (3)
Turistas nacionales			
Turistas extranjeros			
Comerciantes			

5. A través de qué medios Ud. logra comercializar sus artesanías. Señale las opciones considerando una escala del 1 al 4, siendo 1 el menos importante y 4 el más importante.

MEDIOS	Nunca (1)	Casi Nunca (2)	Con frecuencia (3)	Siempre (4)
En sus propios talleres				
En ferias artesanales locales				
En ferias artesanales nacionales				
Convenios con instituciones				

6. Cuáles son los inconvenientes más frecuentes que tiene al momento de comercializar sus artesanías. Señale las opciones considerando una escala del 1 al 4, siendo 1 el menos importante y 4 el más importante.

INCONVENIENTES	Nada Importante (1)	Poco Importante (2)	Importante (3)	Muy Importante (4)
Competencia con otros productos				
Precios altos				
Poca promoción				
Dificultad para distribuir				

7. Cuál de los siguientes beneficios conoce Ud. que reciben los artesanos al formar parte de un Centro de Promoción y Difusión Artesanal. Señale las opciones considerando una escala del 1 al 4, siendo 1 el menos importante y 4 el más importante.

BENEFICIOS	Nada Importante (1)	Poco Importante (2)	Importante (3)	Muy Importante (4)
Comercialización Justa				
Capacitaciones				
Asesoramiento Comercial				
Convenios Gubernamentales				

8. ¿Le gustaría a Ud. formar parte de un Centro de Promoción y Difusión Artesanal de la provincia de Cotopaxi que contribuya al desarrollo artesanal?

SI ()

NO ()

9. De los siguientes servicios que tiene un Centro de promoción y difusión artesanal. ¿Cuál cree que es el más importante? Señale las opciones considerando una escala del 1 al 4, siendo 1 el menos importante y 4 el más importante.

SERVICIOS	Nada Importante (1)	Poco Importante (2)	Importante (3)	Muy Importante (4)
Información de las artesanías				
Taller demostrativo de elaboración de artesanías				
Venta de artesanías				
Área de interacción entre artesanos y turistas				

10. Si se implementara un centro de promoción y difusión artesanal en la provincia de Cotopaxi, ¿en qué cantón considera que se debería ubicar? Señale las opciones considerando una escala del 1 al 4, siendo 1 el menos importante y 4 el más importante.

CANTONES	Pésima Ubicación (1)	Mala Ubicación (2)	Buena Ubicación (3)	Excelente Ubicación (4)
Latacunga				
Pujilí				
Saquisilí				
Salcedo				

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N°03: Establecimientos Artesanales de la Provincia de Cotopaxi

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 01	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi Cantón: Pujilí Parroquia: La Matriz Calle Principal: Rafael Morales Transversal: Vicente Rocafuerte Número: 7-01	
Propietario del Establecimiento: Edmundo Olmos	Nombre del Establecimiento: Cerámica Olmos	Registro del Establecimiento: Registrado en el Ministerio de Industrias y Productividad y en Pro Ecuador.
CARACTERÍSTICAS: Productos Artesanales que se Ofertan: cerámica en forma de cuadros con un tipo de relieve o sencillos, separadores de páginas elaborados a basa de plumas y cuero de borrego, objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o adornos, pequeñas colonias pintadas en piedras, pequeños adornos de madera con semillas de propias de la serranía como quinua, maíz, cebada, figuras y bustos de personajes en diferentes tamaños de las fiestas autóctonas del cantón Pujilí y de la ciudad de Latacunga, aretes pintados sobre plumas y muestras de máscaras de madera elaboradas en el sector de Tigua. Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De Lunes a domingo de 08H00 a 12H30 y de 14H30 a 18H30.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 02	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Matriz	
	Calle Principal: Rafael Villacís	
	Barrio: Bellavista	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: German Olmos	Nombre del Establecimiento: El Gallo Azul	Registro del Establecimiento: Artesano inscrito en la Junta Provincial de Defensa del Artesano
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: cerámica en forma de cuadros de diferentes tamaños, objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes, pequeñas colonias de cerámica pintadas en colores llamativos, bustos y figuras de personajes en diferentes tamaños de las fiestas autóctonas del cantón Pujilí y de la ciudad de Latacunga.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo durante todo el día.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 03	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Centro	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Jorge Olmos	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Artesano registrado en el Ministerio de Inclusión Económica y Social
CARACTERÍSTICAS:		
<p>Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, pequeñas colonias de cerámica pintadas en colores llamativos, floreros, ollas, vasijas y adornos de varios tamaños, bustos y figuras de personajes en diferentes tamaños de las fiestas autóctonas del cantón Pujilí y de la ciudad de Latacunga.</p> <p>Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.</p>		
<p>HORARIO DE ATENCIÓN: De Martes a domingo de 10H00 a 17H00.</p>		<p>FOTOGRAFÍA:</p> 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 04	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Centro	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Segundo Francisco Zumba	Nombre del Establecimiento: Cerámica y Artesanías la Ideal	Registro del Establecimiento: Artesano registrado en el Ministerio de Inclusión Económica y Social
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondos, bases para adornos florales, floreros de varios tamaños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo de 09H00 a 17H00.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 05	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Centro	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Carmela Suárez	Nombre del Establecimiento: Sin Nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
<p>Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, ponedos.</p> <p>Además comercializan cerámicas de la parroquia La Matriz.</p> <p>Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.</p>		
<p>HORARIO DE ATENCIÓN: De miércoles a domingo de 10H00 a 17H00.</p>	<p>FOTOGRAFÍA:</p> 	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 06	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Centro	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Gladys Ortiz	Nombre del Establecimiento: Alfarería y Artesanías Ecológicas El Tornero	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, pequeñas colonias de cerámica pintadas en colores llamativos, floreros, ollas, vasijas y adornos de varios tamaños, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; bases para adornos florales, floreros de varios tamaños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De martes a domingo de 10H00 a 17H00.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 07	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Centro	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Zoila Ortiz	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
<p>Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pundos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños.</p> <p>Además comercializan cerámicas elaboradas en la parroquia La Matriz.</p> <p>Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.</p>		
<p>HORARIO DE ATENCIÓN: De martes a domingo de 08H00 a 17H00.</p>		<p>FOTOGRAFÍA:</p> 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 08	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Centro	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Elsa Osorio	Nombre del Establecimiento: Autenticas Artesanías	Registro del Establecimiento: Artesana registrada en el Ministerio de Inclusión Económica y Social
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, pequeñas colonias de cerámica pintadas en colores llamativos, floreros, ollas, vasijas y adornos de varios tamaños, bustos y figuras de personajes en diferentes tamaños de las fiestas autóctonas del cantón Pujilí y de la ciudad de Latacunga.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De miércoles a domingo de 10H00 a 17H00.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 09	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Mulinliví	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Alfonso Díaz	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondonos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo de 09H00 a 17H00.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 10	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Mulinlivi	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Hugo Vaca	Nombre del Establecimiento: Cerámica de Hugo Vaca	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños y diseños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo de 09H00 a 17H00.	FOTOGRAFÍA: 	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 11	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Mulinliví	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Humberto Herrera	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondonos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños y diseños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De miércoles a domingo de 10H00 a 17H00.	FOTOGRAFÍA:	
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 12	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Mulinliví	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Ester Armendáriz	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pundos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños y diseños y figuras ornamentales de casas de campo.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo de 09H00 a 17H00.	FOTOGRAFÍA:	
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 13	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Mulinlivi	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Iván Rubio	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondonos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños y diseños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo de 10H00 a 17H00.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 14	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Mulinliví	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Virginia Olmos	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
<p>Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondonos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños y diseños.</p> <p>Además comercializan cerámicas elaboradas en la parroquia La Matriz.</p> <p>Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.</p>		
<p>HORARIO DE ATENCIÓN: De miércoles a domingo de 09H00 a 17H00.</p>		<p>FOTOGRAFÍA:</p> 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 15	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Mulinliví	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Elsa Suntásig	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños y diseños además comercializan tiestos de todo tamaño.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De martes a domingo de 10H00 a 17H00.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 16	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Mulinliví	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Carmela Suárez	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pundos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños y diseños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De miércoles a domingo de 09H00 a 17H00.	FOTOGRAFÍA:	
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 17	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Mulinliví	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Gabriel Bastidas	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondonos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños y diseños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De miércoles a domingo de 10H00 a 17H00.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 18	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Centro	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Agustina Pilatasig	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondonos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños y diseños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De miércoles a domingo de 09H00 a 17H00.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 19	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Centro	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Gustavo Ortiz	Nombre del Establecimiento: Alfarería de Gustavo Ortiz	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños y diseños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De miércoles a domingo de 09H00 a 17H00.		FOTOGRAFÍA: 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 20	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Tienda Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: La Victoria	
	Barrio: Mulinlivi	
	Calle Principal: Vía principal	Número: S/N
Propietario del Establecimiento: Elvia Gallardo	Nombre del Establecimiento: Sin nombre	Registro del Establecimiento: Sin registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: objetos en diferentes tamaños y figuras que se les da uso como alcancías o más conocidos como juguetes ya que su diseño se basa en dibujos animados de temporada, figuras de animales como perros, caballos, gatos, leones, osos, tigres; ollas, pondonos, bases para adornos florales, floreros y macetas de varios tamaños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De martes a domingo de 09H00 a 17H00.	FOTOGRAFÍA:	
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 21	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Galería Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi Parroquia: Zumbahua Sector: Comunidad de Tigua Calle Principal: Vía Latacunga- La Maná Número: S/N	Cantón: Pujilí
Propietario del Establecimiento: Julio Toaquiza Tigasi	Nombre del Establecimiento: Galería de Artes y Artesanías de Tigua	Registro del Establecimiento: Ningún tipo de Registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: máscaras talladas en madera y pintadas con diseños de animales como lobos, leones, aves, monos entre otros; las pinturas de varios tamaños elaboradas en cuero de borrego y en varias formas; adornos de madera pintados como pequeñas monturas de caballo, pequeños objetos para mesa como platos ovalados y redondos; tambores elaborados en madera y con cuero de borrego; tejidos como bolsos y bufandas.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo de 08H00 a 18H00.	FOTOGRAFÍA:	
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 22	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Galería Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: Zumbahua	
	Sector: Comunidad de Tigua	
	Calle Principal: Vía Latacunga- La Maná	
	Número: S/N	
Propietario del Establecimiento: Alfredo Toaquiza	Nombre del Establecimiento: Galería de Artes y Artesanías de Tigua	Registro del Establecimiento: Ningún tipo de Registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: máscaras talladas en madera y pintadas con diseños de animales como lobos, leones, aves, monos entre otros; las pinturas de varios tamaños elaboradas en cuero de borrego y en varias formas; adornos de madera pintados como pequeñas monturas de caballo, pequeños objetos para mesa como platos ovalados y redondos; tambores elaborados en madera y con cuero de borrego, pulseras y collares de varios colores y tamaños.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo de 08H00 a 18H00.	FOTOGRAFÍA:	
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 23	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Galería Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: Zumbahua	
	Sector: Comunidad de Tigua	
	Calle Principal: Vía Latacunga- La Maná	
	Número: S/N	
Propietario del Establecimiento: Francisco Ugsha Chugchilán	Nombre del Establecimiento: Galería Arte Milenario de Tigua	Registro del Establecimiento: Ningún tipo de Registro
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: máscaras talladas en madera y pintadas con diseños de animales como lobos, leones, aves, monos entre otros; las pinturas de varios tamaños elaboradas en cuero de borrego y en varias formas; adornos de madera pintados como pequeñas monturas de caballo, pequeños objetos para mesa como platos ovalados y redondos; tambores elaborados en madera y con cuero de borrego, cruces, sillas de madera pintadas con colores llamativos y combinadas con lana de borrego.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo de 08H00 a 18H00.	FOTOGRAFÍA:	
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 24	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Galería Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Pujilí
	Parroquia: Zumbahua	
	Sector: Comunidad de Lago Verde Quilotoa	
	Calle Principal: Sin nombre	
	Número: S/N	
Propietario del Establecimiento: Organización Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa	Nombre del Establecimiento: Galería de Artesanías Lago Verde Quilotoa	Registro del Establecimiento: Son 37 artesanos calificados en el Ministerio de Industrias y Productividad
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: máscaras talladas en madera y pintadas con diseños de animales como lobos, leones, aves, monos entre otros; las pinturas de varios tamaños elaboradas en cuero de borrego y en varias formas; adornos de madera pintados como pequeñas monturas de caballo, pequeños objetos para mesa como platos ovalados y redondos; tambores elaborados en madera y con cuero de borrego, cucharas y cruces de madera pintadas con colores llamativos; tejidos como bufandas y gorras en algodón y lana de alpaca. Además comercializan artesanías que no son elaboradas por los artesanos como chompas de lana, tapetes, alfombras y llaveros en forma de llama.		
Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo de 08H00 a 18H00.	FOTOGRAFÍA:	
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 25	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Feria de Artesanías	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi Latacunga Parroquia: La Matriz Sector: El Niagara Calle Principal: Vía Latacunga- Salcedo Número: S/N	Cantón:
Propietario del Establecimiento: Asociación de Artesanas del Niagara	Nombre del Establecimiento: Feria de Artesanías del Niagara	Registro del Establecimiento: Las artesanías se encuentran registradas en el Ministerio de Inclusión Económica y Social.
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: Canastos de todo tamaño y diseño elaborados a base de una fibra vegetal denominada carrizo, adornos y cunas de varios tamaños, anaqueles para colocar ropa, entre otros. Además comercializan objetos artesanales en cerámica y alfarería de la parroquia La Victoria y otras artesanías elaboradas a base de madera que no son propias de la provincia. Servicios: En las 7 casetas solo se limitan a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a domingo de 10h00 a 18h00.	FOTOGRAFÍA: 	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 26	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Galería Artesanal	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi Parroquia: La Matriz Sector: Comunidad de San Rafael de Juigua Número: S/N	Cantón: Pujilí
Propietario del Establecimiento: Colegio de Educación Básica "Don Bosco"	Nombre del Establecimiento: Sin Nombre	Registro del Establecimiento: Colegio registrado en el Ministerio de Educación
CARACTERÍSTICAS:		
<p>Productos Artesanales que se Ofertan: Objetos tallados en madera, piedra como imágenes religiosas en todos los tamaños y diseños, juegos de muebles, juegos de dormitorio, juegos de comedor, adornos para pared, joyeros, cofres cuadros tallados con imágenes religiosas, muebles para ropa, escritorios entre otros objetos.</p> <p>Servicios: Funciona como institución educativa y como diseños exclusivos para el público.</p>		
<p>HORARIO DE ATENCIÓN: De lunes a viernes de 08H00 a 17H00.</p>		<p>FOTOGRAFÍA:</p> 

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 27	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Feria de Artesanías	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Saquisilí
	Parroquia: La Matriz	
	Calle Principal: Simón Bolívar	
	Transversal: Carchi	
	Número: S/N	
Propietario del Establecimiento:	Nombre: Feria de Artesanías "Plaza 18 de Octubre"	Registro del Establecimiento:
CARACTERÍSTICAS:		
<p>Productos Artesanales que se Ofertan: En esta plaza se ofertan artesanías y productos no solo de origen cotopaxense sino es considerada como una pequeña feria regional puesto que se comercializan varios artículos principalmente tejidos y artesanías de Otavalo; pero si es preciso indicar las artesanías de la provincia que se muestran en esta feria: máscaras talladas de madera (Máscaras de Tigua), pinturas en cuero de borrego de Tigua, canastos de carrizo; joyeros, adornos y llaveros en totora y shigras de cabuya.</p> <p>Servicios: Sólo en 8 puestos se venden las artesanías de la provincia sin ningún servicio adicional.</p>		
HORARIO DE ATENCIÓN: Jueves de 08H00 a 16H00.	FOTOGRAFÍA:	
		

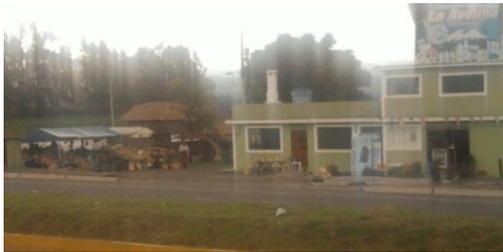
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 28	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Feria de Artesanías	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi	Cantón: Saquisilí
	Parroquia: La Matriz	
	Calle Principal: Abdón Calderón	
	Transversal: Mariscal Sucre	
	Número: S/N	
Propietario del Establecimiento:	Nombre del Establecimiento: Feria "Plaza Gran Colombia"	Registro del Establecimiento:
CARACTERÍSTICAS:		
Productos Artesanales que se Ofertan: En esta feria a su vez se comercializan solo artículos elaborados en totora como aventadores y esteras de varios tamaños.		
Servicios: Sólo 4 puestos de esta feria se dedican a la venta de las artesanías.		
HORARIO DE ATENCIÓN: Jueves de 07H00 a 15H00.	FOTOGRAFÍA:	
		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

FICHA PARA ESTABLECIMIENTOS Y FERIAS ARTESANALES		
Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Ficha N°: 29	Fecha: 13 de Diciembre 2013.
Tipo: Feria de Artesanías	UBICACIÓN	
	Provincia: Cotopaxi Latacunga Parroquia: Zumbahua Sector: La Avelina Vía Principal: Panamericana Norte Número: S/N	Cantón:
Propietario del Establecimiento:	Nombre del Establecimiento: Feria de Artesanías "La Avelina"	Registro del Establecimiento:
CARACTERÍSTICAS: Productos Artesanales que se Ofertan: En esta pequeña feria se comercializan varios productos entre ellos: productos de totora de varias formas y tamaños, productos de alfarería como ollas, pundos, utensilios y adornos de varios tamaños, además utensilios de madera. Servicios: Este establecimiento solo se limita a la venta de las artesanías y hay 4 puestos.		
HORARIO DE ATENCIÓN: Sábados y domingos de 08H00 a 15H00.	FOTOGRAFÍA: 	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Anexo N°04: Cotizaciones de muebles, enseres y equipos para el Centro

Tabla N° 01: Mamparas combinadas de vidrio y madera

Cantidad (m ²)	Descripción	Precio Unitario	Total
14	Mampara combinada con madera y vidrio transparente de 4mm	28.50	399.00
		TOTAL	399.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 02: Muebles y Enseres para Recepción

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Samsung Galaxy Tab 3 7.0 - Tablet de 7" (Wi-Fi, 8 GB, 1 GB de RAM, Android Jelly Bean 4.1.2)	269.00	269.00
1	Impresora Epson Multifunción Xp400 + Sistema Tinta, Wi-fi, Touch	180,00	180,00
1	Teléfono alámbrico KX-TS520 Panasonic	23.99	23.99
1	Escritorio de Madera de 1.20m de largo x 0.70m de ancho con 3 cajones	120.00	120.00
1	Silla de Madera	25.00	25.00
3	Taburetes de Madera en terminado rustico	10.00	30.00
		TOTAL	647.99

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 03: Muebles y Enseres para el Área de Ventas

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Mesa de Madera de 1.60m de largo x 1.20m de fondo con doble servicio en terminado rustico	120.00	120.00
3	Estanterías de madera de 1.80m de alto x 1.40m de ancho y 0.50m de fondo en forma rectangular (tabla de laurel en rustico)	130.00	390.00
4	Esteras de fibra natural de totora de 1.90m x 1.40m para colocar pinturas en la pared	12.00	48.00
		TOTAL	558.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 04: Muebles y Enseres para el Área del Taller Demostrativo

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
3	Mesas plásticas de 1.00m de ancho x 0.80m de alto	15.00	45.00
8	Taburetes plásticos	5.00	40.00
		TOTAL	85.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Tabla N° 05: Muebles y Enseres para el Área de Interacción entre
Artesanos y Turistas**

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Televisor Panasonic LCD de 32" TC-L32C5H HD	1080.00	1080.00
1	Reproductor Samsung DVD-D530K/ZX USB, HDMI.	39.90	39.90
8	Taburetes plásticos	5.00	40.00
3	Mesas plásticas de 1.00m de ancho x 0.80m de alto	15.00	45.00
		TOTAL	1204.90

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N° 06: Muebles y Enseres para el Área de Bodega

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Total
1	Estantería de madera de 1.80m de alto x 1.40m de largo y 0.50m de fondo (tabla de laurel en rustico)	130.00	130.00
		TOTAL	130.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

**Anexo N°05: Fichas de observación de campo en la feria comercial del
cantón Saquisilí**

Tabla N°01: Ficha N°01

Ficha de observación de campo N°01	Fecha: 27 de Marzo del 2014.
NOMBRE DEL PROYECTO: Estudio de factibilidad para la creación del Centro de Difusión y Promoción Artesanal de la provincia de Cotopaxi en el cantón Saquisilí.	
OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN: Determinar una estadística estimada del número de turistas que acuden a la feria comercial de las 7 plazas.	
Datos del investigador responsable de la investigación de campo:	
Nombre: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Provincia: Cotopaxi
Ciudad: Pujilí	Dirección: Barrio San Juan
Correo: jimalban@hotmail.com	Teléfono: 2725385
Supervisión: Ing. Angélica María González Sánchez Ing. Carla Paulina Cevallos Recalde	
LOCALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:	
Provincia: Cotopaxi	
Cantón: Saquisilí	
Parroquia: Matriz (Saquisilí)	
Sector (Plaza): 18 de Octubre.	
Dirección: Calles Carchi y 24 de Mayo.	
DATOS DE OBSERVACIÓN:	
Número de turistas observados: 9 pax.	Nombre de la Agencia de Viajes que maneja el grupo: Ecosportour Cía. Ltda. (Quito).
Observaciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • El Origen de los turistas fue: Inglaterra, Bélgica, Argentina y México. • El grupo forma parte de un paquete que incluye actividades hacia la Laguna de Quilotoa. 	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N°02: Ficha N°02

Ficha de observación de campo N°02	Fecha: 27 de Marzo del 2014.
NOMBRE DEL PROYECTO: Estudio de factibilidad para la creación del Centro de Difusión y Promoción Artesanal de la provincia de Cotopaxi en el cantón Saquisilí.	
OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN: Determinar una estadística estimada del número de turistas que acuden a la feria comercial de las 7 plazas.	
Datos del investigador responsable de la investigación de campo:	
Nombre: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Provincia: Cotopaxi
Ciudad: Pujilí	Dirección: Barrio San Juan
Correo: jimalban@hotmail.com	Teléfono: 2725385
Supervisión: Ing. Angélica María González Sánchez Ing. Carla Paulina Cevallos Recalde	
LOCALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:	
Provincia: Cotopaxi	
Cantón: Saquisilí	
Parroquia: Matriz (Saquisilí)	
Sector (Plaza): Plaza Vicente Rocafuerte.	
Dirección: Calles Manabí y Gonzales Suarez.	
DATOS DE OBSERVACIÓN:	
Número de turistas observados: 6 pax.	Nombre de la Agencia de Viajes que maneja el grupo: TribuTrek. (Quito)
Observaciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • El Origen de los turistas fue: Francia. • El grupo forma parte de un paquete que incluye actividades hacia la Laguna de Quilotoa. 	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N°03: Ficha N°03

Ficha de observación de campo N°03	Fecha: 27 de Marzo del 2014.
NOMBRE DEL PROYECTO: Estudio de factibilidad para la creación del Centro de Difusión y Promoción Artesanal de la provincia de Cotopaxi en el cantón Saquisilí.	
OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN: Determinar una estadística estimada del número de turistas que acuden a la feria comercial de las 7 plazas.	
Datos del investigador responsable de la investigación de campo:	
Nombre: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Provincia: Cotopaxi
Ciudad: Pujilí	Dirección: Barrio San Juan
Correo: jimalban@hotmail.com	Teléfono: 2725385
Supervisión: Ing. Angélica María González Sánchez Ing. Carla Paulina Cevallos Recalde	
LOCALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:	
Provincia: Cotopaxi	
Cantón: Saquisilí	
Parroquia: Matriz (Saquisilí)	
Sector (Plaza): 18 de Octubre.	
Dirección: Calles Carchi y 24 de Mayo.	
DATOS DE OBSERVACIÓN:	
Número de turistas observados: 15 pax.	Nombre de la Agencia de Viajes que maneja el grupo: Ecolé Viajes. (Quito)
Observaciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • El Origen de los turistas fue: Alemania. • El grupo forma parte de un paquete que incluye actividades hacia la ciudad de Otavalo. 	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Tabla N°04: Ficha N°04

Ficha de observación de campo N°04	Fecha: 27 de Marzo del 2014.
NOMBRE DEL PROYECTO: Estudio de factibilidad para la creación del Centro de Difusión y Promoción Artesanal de la provincia de Cotopaxi en el cantón Saquisilí.	
OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN: Determinar una estadística estimada del número de turistas que acuden a la feria comercial de las 7 plazas.	
Datos del investigador responsable de la investigación de campo:	
Nombre: Jimena Elizabeth Albán Caisa	Provincia: Cotopaxi
Ciudad: Pujilí	Dirección: Barrio San Juan
Correo: jimalban@hotmail.com	Teléfono: 2725385
Supervisión: Ing. Angélica María González Sánchez Ing. Carla Paulina Cevallos Recalde	
LOCALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:	
Provincia: Cotopaxi	
Cantón: Saquisilí	
Parroquia: Matriz (Saquisilí)	
Sector (Plaza): 18 de Octubre.	
Dirección: Calles Carchi y 24 de Mayo.	
DATOS DE OBSERVACIÓN:	
Número de turistas observados: 15 pax.	Nombre de la Agencia de Viajes que maneja el grupo: Adventures Income. (Quito)
Observaciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • El Origen de los turistas fue: Alemania. • El grupo forma parte de un paquete que incluye actividades hacia el Parque Nacional Cotopaxi. 	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Anexo N°06: Factores Ambientales

Componente Ambiental	Sub-Componente Ambiental	Factor Ambiental	Definición
FÍSICO	SUELO	Contaminación por desechos (sólidos y líquidos)	Acumulación de sustancias a unos niveles tales que repercuten negativamente en el comportamiento de los suelos.
	AIRE	Contaminación por Ruido	Sonidos inarticulados y confusos más o menos fuertes que producen molestia.
		Contaminación por Polvo	Partículas de sólidos que flotan en el aire y se posan sobre los objetos.
		Contaminación por Olores	Impresión que producen en el olfato las emanaciones que despiden los cuerpos.
AGUA	Contaminación por desechos	Sustancias que pueden alterar la calidad del agua.	
SOCIO-ECONÓMICO CULTURAL	SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA	Red y Servicio de Transporte	Elemento importante para el traslado de materiales en la fase de adecuación, como de materias primas en la fase de operación así como para el traslado del talento humano.
		Disposición de Residuos	Proceso que incurre varias etapas como la recolección, tratamiento, almacenamiento, deposición o aprovechamiento adecuado de los desechos.
	USOS DEL TERRITORIO	Zona Comercial	Territorio urbano que posee características económicas, políticas y que atrae varias actividades.
	ESTÉTICOS Y DE INTERÉS HUMANO	Desarmonía	Alteración del ambiente armónico de un lugar o espacio.
	NIVEL CULTURAL	Salud	Es la condición de todo ser vivo que goza de un absoluto bienestar tanto a nivel físico como a nivel mental y social.
		Seguridad	Es la necesidad de las personas de sentirse protegidas, contra todo aquello que pueda perturbar o atentar contra su integridad física, moral, social y hasta económica.
		Empleo	Es una serie de tareas o actividades que las personas pueden realizar a cambio de una remuneración.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

Anexo N°07: Proyecciones

Tabla N°01: Proyecciones de la Población Económicamente Activa (PEA) Urbana

CANTONES	PEA URBANA 2010	Tasa de Crecimiento de la PEA Cotopaxi	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
PEA SAQUISILI (Matriz)	5572	1,75%	5670	5769	5870	5972	6077	6183	6291	6402	6514
PEA LATACUNGA (Matriz)	44451	1,75%	45229	46020	46826	47645	48479	49327	50191	51069	51963
PEA PUJILI (Matriz)	12782	1,75%	13006	13233	13465	13701	13940	14184	14432	14685	14942
PEA SALCEDO (San Miguel)	13622	1,75%	13860	14103	14350	14601	14856	15116	15381	15650	15924

Fuente: INEC.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

En lo que respecta a turistas se determinó que existe un promedio diario de 11 turistas que visitan el cantón Saquisilí, un promedio de 45 turistas al mes y 540 al año, en base a la tasa mundial de crecimiento de turismo determinada por la Organización Mundial de Turismo (OMT) en 4% se proyecta los turistas para los siguientes años y por ende el mercado a captar para el Centro.

Tabla N°02: Proyección de Turistas

Promedio Anual de Turistas que Llegan a Saquisilí (2014)	TASA MUNDIAL DE CRECIMIENTO DE TURISMO	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
540	4%	562	584	607	632	657

Fuente: OMT e Investigación de Campo.

Elaborado por: Jimena Elizabeth Albán Caisa.

CERTIFICACIÓN

Se certifica que el presente trabajo fue realizado por la Srta. Jimena Elizabeth Albán Caisa, bajo nuestra supervisión.

ING. ANGÉLICA GONZÁLEZ
DIRECTORA DEL PROYECTO

ING. CARLA CEVALLOS
CODIRECTORA DEL PROYECTO

ING. GEOVANY ACOSTA
DIRECTOR DE CARRERA

DR. RODRIGO VACA
SECRETARIO ACADÉMICO