



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

“INGENIERÍA ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA”

**TEMA: POSICIONAMIENTO TURÍSTICO ARTESANAL DE LA PARROQUIA
DE GUAYTACAMA, PROVINCIA COTOPAXI.**

AUTOR/A: MARÍA BELÉN GUIJARRO PÁEZ

TUTOR/A: MG. ISMARI GÓMEZ

AÑO 2015

ÍNDICE

	Pág.
Carátula	1
Índice	2
Capítulo I	
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Marco Teórico	3-10
Marco Conceptual	11-12
Marco Referencial	13-14
Marco Legal	15
Capítulo II	
Diagnóstico de la situación	16
Macroentorno	16-19
Microentorno	20-21
Cantón Latacunga	22
Parroquia Guaytacama	22-26
Atractivos Turísticos	26-28
Planta Turística	28
Alimentos y Bebidas	28-29
Levantamiento Catastral	29
Identificación de Artesanos	29
Descripción de Artesanías	30-31
Investigación Explorativa	31-34
Tabulación y Análisis de Resultados	35-40
Perfil Viajero Visitante	41-42
FODA	42-44
Capítulo III	
Propuesta de Marketing	45
Promoción	45
Slogán	45
Iconografía y Desarrollo	46-53
Control y Evaluación	53
Financiamiento	53-54
Introducción Análisis Financiero	54
Plan de Inversión	55
Propuesta de Implementación Promocional	56
Conclusiones y Recomendaciones	57-58
Bibliografía y Linkografía	59
Tablas	60-65
Anexos	66-74

TEMA: POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LA ARTESANÍA DE LA PARROQUIA DE GUAYTACAMA, PROVINCIA COTOPAXI.

CAPÍTULO I

1.- FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DEL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LA ARTESANÍA DE LA PARROQUIA DE GUAYTACAMA, PROVINCIA COTOPAXI.

1.1.- Objetivo general

Crear un plan promocional para el posicionamiento turístico de las artesanías de la parroquia de Guaytacama, a través del cual rescataremos el valioso trabajo artesanal realizado en los diferentes sectores de esta comunidad y evitando que se pierda estas costumbres debido a los avances tecnológicos y al desarrollo de otros tipos de industrias que han abarcado gran parte del mercado laboral.

1.1.2.- Objetivos específicos

1. Fundamentar un estudio de mercado dentro de la comunidad para localizar los puntos de mayor interés enfocados al turismo artesanal.
2. Diagnosticar la situación actual de las artesanías de la Parroquia de Guaytacama en cuanto a su publicidad y promoción.
3. Proponer un plan de promoción e imagen corporativa para dar a conocer las artesanías de la Parroquia de Guaytacama.

1.2.- MARCO TEÓRICO

1.2.1 Marketing Turístico.-

“El marketing turístico permite conocer y comprender el mercado, para llegar a conformar una oferta realmente atractiva, competitiva, variada, capaz de obtener clientes dispuestos a consumir el producto y/o servicio y mantener fidelidad al mismo. Implica además estar al tanto de la competencia, para conseguir mejor

posicionamiento, incrementar o mantener su cuota de mercado y aprender de los mejores desempeños”.¹

“El marketing turístico se ha convertido en una de las herramientas más efectivas y de mayor uso en la gestión de un destino turístico. Puede definirse como el modo de concebir y ejecutar la relación de intercambio, con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen, mediante el desarrollo de bienes y servicios”.²

En la actualidad el marketing turístico es una importante herramienta que tienen los empresarios turísticos para tratar de competir en un mercado cada vez más amplio y donde existen más empresas que ven en el turismo una fuente de ingresos.

1.2.2 Plan Integral Marketing Turístico del Ecuador (PIMTE).-

“El Plan integral de marketing turístico del Ecuador que marca la pauta de la promoción turística del país, busca posicionar al Ecuador como destino turístico sostenible líder a escala internacional, con un sector turístico consiente del adecuado uso de los recursos naturales y de la responsabilidad social con las comunidades cercanas a los lugares turísticos”.³

“El Plan integral de marketing turístico del Ecuador es una estrategia del Ministerio de Turismo que desarrollará intensas campañas publicitarias apuntando hacia mercados clave, porque aportan mayor volumen al sector turístico del país en cuanto a llegadas y/o gastos por turista”.⁴

El Plan integral de marketing turístico del Ecuador (2003 - 2006), fue una guía de planificación para la promoción turística del Ecuador, dicho plan contenía estrategias de marketing como la creación de una marca que identifique al país y un lema representativo; de aquí nace el lema “la vida en estado puro” el cual ha sido remplazado por “Ecuador ama la vida”. Las proyecciones planteadas en dicho plan no fueron cumplidas a cabalidad, las mismas que se pretenden completar en el plan de marketing vigente.

¹ Rodríguez, I. 2010. Introducción al Marketing Turístico.

² Serra, A. 2003. Marketing Turístico. Barcelona.

³ Sión, V. 2009. Ecuador cuenta con un plan de marketing turístico.

⁴ Sánchez, M. 2010. El Mintur destinará cinco millones a promoción turística de Ecuador.

1.2.3 Promoción Turística.-

“La promoción turística busca informar, persuadir e influir en el cliente, para que éste decida visitar un país, una región o un destino turístico determinado. Para ello se desarrollan una serie de actividades, tales como la planificación, la gestión administrativa, la educación y capacitación turística, el marketing, entre otras”.⁵

“La promoción turística es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica”.⁶

Cuando un recurso turístico es promocionado con el fin de darlo a conocer a los clientes potenciales, para motivar los desplazamientos y busca de cualquier manera que el producto sea conocido, adquirido, en la actualidad los prestadores del servicio se enfocan en la importancia de la promoción. Los tipos más comunes de promoción para destino turístico son la impresión y distribución de folletería y publicidad en prensa que genere impacto visual.

1.2.4 Marketing Mix o Mezcla de Marketing.-

Es el conjunto de actividades destinadas a lograr con beneficio la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio dirigido a un mercado con poder adquisitivo, y dispuesto a pagar el precio establecido.

El marketing involucra estrategias de mercado, de ventas, estudio de mercado, posicionamiento de mercado, etc. Frecuentemente se confunde este término con el de publicidad, siendo esta última solo una herramienta de la mercadotecnia.

El marketing es la orientación con la que se administra el mercadeo o la comercialización dentro de una organización. Así mismo, busca fidelizar clientes, mediante herramientas y estrategias; posiciona en la mente del consumidor un producto, marca, etc. buscando ser la opción principal y llegar al usuario final; parte de las necesidades del cliente o consumidor, para diseñar, organizar, ejecutar y controlar la función comercializadora o mercadeo de la organización.

⁵ MINCETUR (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo). 2007.

⁶ Ortigoza, A. 2002. Promoción turística.

Muchos Autores no llegan a un acuerdo respecto al número de elementos que componen la mezcla; Kotler y Armstrong exponen que se trata de 4 variables mercadológicas, sin embargo, autores recientes han adoptado diferentes estructuras teóricas que cambia las 4"P" tradicionales (Precio, Plaza, Promoción y Producto), tomando en cuenta más aspectos como las personas y los procesos, los cuales poseen aspectos íntegramente administrativos, pero forman parte en las decisiones mercadológicas.

1.2.4.1 Promoción:

La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- El Marketing directo.

1.2.5 Artesanías.-

1.2.5.1 Concepto de Artesanías:

Se puede definir como artesanía al producto obtenido de la ...capacidad del ser humano de elaborar y manufacturar objetos con el fin de satisfacer sus necesidades básicas, que con el transcurso del tiempo forman parte de la identidad de los pueblos, justificando su existencia a competencias y conocimientos particulares de las comunidades que se mantienen vigentes por medio de su actualización en la memoria colectiva.⁷

⁷Microsoft Encarta (2008).

1.2.5.2 Características de las Artesanías:

Cada uno de estos artículos finales debe responder a las siguientes características mencionadas en la introducción del libro Patrimonio Cultural Inmaterial Latinoamericano II: Artesanías:⁸

- Tangibilidad
- Elaboración a mano o maquinaria operada manualmente
- Función Utilitaria u Ornamental
- Debe tener elementos de carácter simbólico
- Elemento importante de la cultura del lugar

1.2.5.3 Otras definiciones acerca del mundo de las Artesanías:

La artesanía, según Octavio Paz – Escritor Mexicano, Premio Nobel de Literatura 1990...tiene muchas lenguas, habla el mismo idioma del barro y el del mineral, el del aire corriendo entre los muros de la cañada, el de las lavanderas mientras lavan, el del cielo cuando se enoja, el de la lluvia...La artesanía no quiere durar milenios ni está poseída por la prisa de morir pronto. Transcurre con los días, fluye con nosotros, se gasta poco a poco, no busca a la muerte ni la niega: la acepta. Entre el tiempo sin tiempo del museo y el tiempo acelerado de la técnica, la artesanía es el latido del tiempo humano.⁹

Claudio Malo – Antropólogo ecuatoriano, Ministro de Cultura y Catedrático - dice: ...si aceptamos que el tránsito de los homínidos al ser humano se da cuando comienza a manufacturar objetos, no hacemos metáfora al afirmar que nuestra primera presencia en el planeta se da como artesanos (...). El denominado dominio que hemos logrado sobre nuestra realidad partió de elementales técnicas artesanales.⁹

⁸ <http://www.crespial.org/Es/Publicaciones/index/>. (27/11/2014)

⁹ ELJURI, G, (2010). La Artesanía en el Ecuador.

1.2.5.6 Antecedentes de las Artesanías en el Mundo:

El ser humano desde sus inicios ha creado herramientas de supervivencia que con el transcurso del tiempo se han convertido en objetos de colección, y que actualmente son apetecidos por turistas que en busca de experiencias y aventuras nuevas deciden materializar ese recuerdo en algo que llamamos: artesanías.

...La artesanía es tan antigua como la humanidad. Si bien en un principio tenía fines utilitarios, hoy busca la producción de objetos estéticamente agradables en un mundo dominado por la mecanización y la uniformidad. Entre las técnicas artesanales más antiguas figuran la cestería, el tejido, el trabajo en madera y la cerámica. Casi todas las técnicas artesanales que hoy se practican tienen cientos o miles de años de antigüedad.¹⁰

Debido a la Revolución Industrial en el siglo XIX, aparece en Inglaterra un movimiento llamado Arts & Crafts, liderado por el diseñador y reformista social William Morris, quien se encarga de despertar el gran interés por la artesanía en el mundo occidental.

...La gran mayoría de los países de América Latina son grandes creadores artesanales. Ello se explica por las altas tasas de desempleo producido, en muchos casos, por el éxodo de la población rural a las grandes urbes. La variedad de productos es prácticamente inabarcable, aunque a grandes rasgos puede resumirse en: 1) textiles: tejidos con telares de cintura y telares de madera, bordados, prendas de vestir, sweaters (jerséis), mantas, ponchos, gorros; marroquinería: calzado, bolsos, cinturones, carteras, metal: platería, cobre, plomo, hojalata, peltre; vidrio; plástico; cerámica; madera; joyería; gastronomía; piñatas; papel; cestería: mimbre, anea, rattan, carrizo, bambú y otros tallos.

¹⁰ ELJURI, G, (2010). La Artesanía en el Ecuador.

1.2.6 Relación entre las artesanías y el turismo.-

1.2.6.1 Repercusión del Turismo en el comportamiento de los Mercados Artesanales:

Con mucho acierto se concluye que la principal repercusión del turismo sobre una población se refleja en su economía. Pero también existen dos aspectos más que se ven afectados por la presencia de la llamada “industria sin chimeneas” que son el área social y ambiental.

En esta tesis deseamos mostrar la repercusión del turismo sobre el sector social porque va estrechamente ligado al aspecto que la labor artesanal proyecta: las costumbres de un pueblo. Los artesanos reproducen en sus productos su estilo de vida. Al ser Ecuador un país visitado por su diversidad natural y cultural, las artesanías se convierten en uno de los principales atractivos. Tenemos como ejemplo los mercados ecuatorianos y sus comunidades.

Un primer modelo de cómo el turismo afecta e influye en la vida de las comunidades en el Ecuador lo tenemos en el Mercado de los Ponchos de Otavalo. Según investigaciones de Pablo Cuvi, la famosa actividad sabatina se transformó en diaria por el incremento en la afluencia de turistas nacionales y extranjeros. Cabe recalcar que las operadoras de turismo debían organizar las visitas de tal forma que puedan coincidir con los días en que este funcionaba ya que este mercado indígena como los demás se mostraba vacío si se concurría durante los días equivocados.¹¹

1.2.7. Principales Mercados Artesanales en el Ecuador.-

La relación existente entre el Turismo y las Compras generadas por los visitantes suele tener como uno de sus primeros efectos el aumento de ingresos económicos para las comunidades receptoras. Por esa razón, se anexa el siguiente cuadro que detalla a nivel nacional los lugares que hoy en sí son un atractivo turístico debido a la actividad artesanal que realizan sus pobladores. (Ver Tabla No.1, Pág. 60-61)

¹¹ ELJURI, G, (2010). La Artesanía en el Ecuador.

1.2.8 El Turismo.-

1.2.8.1 Generalidades:

La ley de turismo de la república del Ecuador, Art. 2 define: “Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”.

La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, OMT, (2007) manifiesta que, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

“El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por las economías locales, así como integrar y contribuir positivamente al desarrollo de las economías regionales, promoviendo las formas alternativas de turismo coherentes con los principios de desarrollo sostenible: turismo de aventura, agroturismo, ecoturismo, turismo de estancia. Observación de la flora y fauna, avistaje de aves, turismo científico, espeleología y turismo cultural. Estas constituyen diferentes modalidades de nueva tendencia del turismo alternativo.”¹²

Bajo esta perspectiva las consecuencias del desarrollo turístico, en especial en los países del Sur, parecen haber sido mayoritariamente perjudiciales. No obstante, algunos casos de turismo alternativo auto gestionado por la propia comunidad parecen mostrar que un cierto tipo de turismo, a menor escala y con una gestión diferente, puede generar efectos positivos, se empieza a hablar entonces de turismo sostenible.

Según la OMT, (2001) el turismo sostenible es una actividad que “Satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino, al mismo tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro. Se concibe como una forma de gestión de todos los recursos de forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas al mismo tiempo que se conservan la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida”.

¹² RATTO, N. 2001. Proyecto de turismo cultural de la Provincia de Catamarca.

1.3. MARCO CONCEPTUAL

A

Artesanía:

Es un tipo de arte en el que se trabaja fundamentalmente con las manos, moldeando diversos objetos con fines comerciales o meramente artísticos o creativos. Una de las características fundamentales de este trabajo es que se desarrolla sin la ayuda de máquinas o de procesos automatizados. Esto convierte a cada obra artesanal en un objeto único e incomparable, lo que le da un carácter sumamente especial.

Artesano:

Es un concepto vinculado o relativo a la artesanía. La artesanía, por su parte, hace referencia al trabajo realizado de forma manual por una persona, sin ayuda de la energía mecánica.

D

Destino Turístico:

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado.

E

Elaboración:

Podemos decir que tal es el proceso de trabajo, construcción y preparación de materiales, objetos u cosas para transformarlas en elementos de mayor complejidad.

G

Guaytacama:

Parroquia perteneciente a la provincia de Cotopaxi.

M

Marketing:

Es una disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. A través del estudio de la gestión comercial, se busca retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades.

Mercado:

Es una institución social que establece las condiciones para el intercambio de bienes y servicios. En él, los vendedores y los compradores entablan una relación comercial para desarrollar transacciones, intercambios o acuerdos.

P**Parroquia:**

En Ecuador, la parroquia es la división político-territorial de menor rango. El conjunto de estas se organizan bajo la forma *jurídico-política* de la municipalidad que es la autoridad jurisdiccional del cantón en asuntos administrativos.

Producto:

Es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo.

Producción:

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios.

1.4. MARCO REFERENCIAL

- **Artesanías de Totora en la Parroquia de San Rafael, provincia de Imbabura**

En la Provincia de Imbabura encontramos la parroquia de San Rafael a la entrada de Otavalo, la materia prima que utilizan para elaborar las artesanías es la planta de Totora o Sigse que crece a orillas del lago San Pablo.¹³

Es una manifestación cultural de tipo etnográfico artesanal, en este lugar desde las épocas primitivas los aborígenes se dedicaban a construir embarcaciones que las utilizaban para navegar en la laguna, posteriormente empezaron a elaborar artesanías utilitarias como aventadores y esteras. Esta artesanía surge de la necesidad de aislar el frío y la humedad del suelo en las viviendas, es una artesanía de uso doméstico que se la utiliza para dividir ambientes, avivar el fuego y últimamente como elemento decorativo.¹⁴

Martha Gonza, gerente general de la empresa comunitaria Totora Sisa, se llena de orgullo al hablar de los artículos de totora. “Ahora ocupan los mejores espacios en las salas de espera de instituciones públicas y privadas”. Cada artesano que trabaja en la empresa obtiene entre 300 y 350 dólares mensualmente, depende de los pedidos que tengan, la empresa funciona en la Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna. Hace cinco años se organizó la empresa comunitaria. Actualmente, 40 familias forman parte de la empresa Totora Sisa, flor de totora, confeccionan desde un llavero, hasta juegos de sala, los desechos de la totora los reutilizan en la elaboración de papel, con el que se confeccionan fundas para regalos y tarjetas. Las ferias nacionales son una vitrina, que aprovechan los artesanos para exponer sus productos.

Para llevar adelante el trabajo comunitario estuvo inicialmente la Fundación Alternativa, organización que apoyó por medio de un proyecto, que ya se cerró. Al momento la empresa no recibe ningún apoyo extranjero, sin embargo se está tratando de ver cómo ingresar a los beneficios que está dando el gobierno por medio del Ministerio de la Producción (MIPRO).

¹³Fuente:http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101101409/1/Artesanías_totora 06/03/2015

¹⁴<http://www.puertolago.com/esp/turismo-en-otavalo-cotacachi-atuntaqui-ibarra-ecuador> 06/03/2015

- **Exportación de artesanías a Estados Unidos marca HandEcuador**

El siguiente plan de negocio pretende conceptualizar, analizar, crear y plasmar la idea de exportar productos artesanales provenientes de la sierra ecuatoriana hacia mercados internacionales uno de ellos los Estados Unidos, con el fin de que la empresa y por ende los proveedores artesanos obtengan ingresos reales en relación al trabajo realizado.

El proyecto busca ofrecer directamente al cliente artesanía ecuatoriana diferenciada, creada por artesanos que necesitan un socio comercializador que potencialice sus actividades.

El mercado de Estados Unidos ofrece grandes oportunidades al negocio ya que las características que se destacan es que es una sociedad consumista con un gran nivel adquisitivo de su población la cual busca productos diferenciados.

Además siendo este país es el cuarto más grande del mundo, permite comercializar una variada gama de productos en distintas ciudades que lo componen, logrando de esta manera extender progresivamente las áreas de comercialización.

La imagen que proyectará HandEcuador a sus clientes es el respeto a la cultura ancestral y hacia los artesanos ecuatorianos quienes son considerados los actores estratégicos del negocio por trabajar conjuntamente en la elaboración de productos exclusivos y de calidad.

HandEcuador tiene la oportunidad de destacar se en la actividad de exportación de artesanía ecuatoriana en el mercado de Estados Unidos gracias a los artículos exclusivos y de calidad que se encuentran en el Ecuador y que son apreciados en mercados internacionales por su trasfondo cultural y precios competitivos.¹⁵

¹⁵<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3359/3/T-ESPE-031189.pdf> (27/11/2014)

1.5. MARCO LEGAL

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art.12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

CAPÍTULO II

2.- Diagnóstico de situación

2.1.- Macroentorno

El análisis del Macroentorno es el estudio externo, con el que podemos conocer la realidad del entorno de la parroquia, con sus diferentes factores, consecuencias y sus posibles soluciones en todos los ámbitos como el factor político, factor económico, factor social, factor cultural y factor tecnológico.

La República del Ecuador es un país ubicado en la región noroccidental de América del Sur. Su extensión territorial es de 256 370 km², con una población de 15.737.878. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico. Se encuentra dividido políticamente en 24 provincias, 221 cantones y 1.500 parroquias; su capital es Quito. Su unidad monetaria es el dólar que desplazó al sucre, como moneda nacional, desde el año 2000. Ecuador es considerado también como una zona megadiversa porque representa el 18% de las aves del planeta y el 15% de aves endémicas del mundo, cuenta con diferentes ecosistemas como bosques húmedos tropicales, páramos, valles, océanos, etc. Está surcado de norte a sur por una sección volcánica de los Andes, al oeste de esta cordillera se presentan el golfo de Guayaquil y una llanura boscosa, al este la Amazonia.¹⁶

Tiene presencia en la Antártica desde agosto de 1988 y también incluye las oceánicas Islas Galápagos del oeste de la costa por lo que se divide en cinco regiones naturales:

- **Región Litoral o Costa:** En esta zona podemos encontrar cuencas, llanuras, colinas y ríos que descienden desde los Andes hasta el Océano Pacífico; la Cuenca fluvial del río Guayas es la más representativa de nuestro país porque tiene doce afluentes.
- **Región Interandina o Sierra:** Este sistema montañoso empieza desde el norte hasta el sur del país, y atraviesa algunas provincias con importantes elevaciones montañosas como el Chimborazo, los Illinizas, el Cotopaxi, el Cayambe y el Antisana.

¹⁶ <https://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>

- **Región Oriental o Amazonía:** esta región da origen a un sinnúmero de colinas con importantes cuencas como el río, Putumayo, El Napo y el Pastaza, y se caracteriza por la biodiversidad de flora y fauna que abarcan sus llanuras amazónicas.
- **Región Insular o Galápagos:** es de origen volcánico y está compuesta por 13 islas principales, también conocidas como las Islas Encantadas porque se han encontrado especies endémicas que no hay en ningún otro lugar del mundo por lo cual es el sitio preferido por muchos turistas.

Ecuador además está organizado en siete zonas administrativas, establecidas en la Constitución en el Marco del Plan de Desarrollo de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), con el fin de evitar que todas las funciones administrativas sean realizadas en la ciudad de Quito.

El turismo también representa ingresos económicos considerables para el país, porque se ha convertido en un lugar privilegiado por sus contrastes de diversidad biológica, histórica y cultural, lo cual hace que sea un tesoro escondido que atrae a turistas para descubrir las maravillas que posee.

2.1.1.- Factor Político

El entorno político del país no ejerce influencia sobre los artesanos por medio de la intervención del estado y de su actividad hacia el sector empresarial: los sistemas de gobiernos generalmente obedecen a determinadas doctrinas, filosofías políticas, de cada una de las cuales tiene su particular manera de apreciar la sociedad, la economía y a las empresas.

El factor político es un acuerdo social prevalente dentro del cual funciona tanto el país como la parroquia. En él se reflejan las actividades y actitudes de la gente hacia el gobierno, las religiones, la educación, los negocios, la libertad, la ética, las relaciones exteriores y el poder. Algunas veces esas actitudes resultan de conciliar criterios diferentes; otras, se imponen por unos pocos hombres fuertes, sea cual fuera su origen, tales actitudes determinan el ambiente y las normas.

2.1.2.- Factor Económico

En el Mundo globalizado para los países desarrollados como los de economía menos desarrollada, lo que pueda pasar fuera de su territorio es muy importante si se trata de países con mayor economía aunque para la fecha se encuentra con muchos problemas y dificultades.

El Ecuador tiene un consecuente incremento de la demanda y los consumidores se están viendo volcados a satisfacer sus necesidades en productos y servicio importador afectando a la balanza comercial sin embargo el Gobierno calcula que su déficit tendrá un financiamiento adecuado.

Realizando un análisis de la economía del país, se puede decir que mediante la promoción y conocimiento de las artesanías los porcentajes obtenidos son positivos y esto es una oportunidad, ya que se puede generar diferentes fuentes de empleo y además permite que las entidades vayan creciendo y tengas buenos ingresos económicos y que de una u otra manera se recupere la inversión que ellos han generado.

2.1.3.- Factor Social

El Ecuador es una nación multiétnica y pluricultural. Su población sobrepasa los 15.737.878 millones de habitantes. De ella, más de cinco millones y medio viven en la Sierra. En la costa del Pacífico la cifra se acerca a los seis millones y medio. En la Amazonía hay más de 600 mil habitantes, y en Galápagos cerca de 17 mil.

Habría que considerar la diversidad étnica y regional del Ecuador para analizar su cultura. Étnicamente esto está marcado por la presencia de mestizos, indígenas, afroecuatorianos, y descendientes de españoles; así como regiones como son la costa, la sierra, el oriente y la región insular, todas estas con especificidades muy ricas.

En sus tres regiones continentales conviven 14 nacionalidades indígenas con tradiciones diversas y su propia cosmovisión. Las nacionalidades indígenas amazónicas más conocidas son: Huaorani, Achuar, Shuar, Cofán, Siona-Secoya, Shiwiar y Záparo. Los tagaeri, parientes de los huaorani, conforman otro pueblo de la zona pero éste fue declarado como "intangible" por el Estado, en respeto a su voluntad de vivir alejados de la civilización.

En la sierra, en los Andes y en el austro, están los quichuas de la sierra con pueblos como los otavalos, salasacas, cañaris y saraguros. En la parte norte se encuentra la

comunidad de los AWA. En la costa del Pacífico están los Chachis, Cayapas, Tsáchilas y Huancavilcas. En las ciudades y pueblos viven principalmente mestizos, blancos y afroecuatorianos, aunque también se dan importantes migraciones del campo a la ciudad, lo cual ha generado problemas como el crecimiento de los suburbios y barrios marginales, falta de viviendas, escuelas y colegios, desempleo y delincuencia, entre otros. El idioma oficial del país es el castellano, pero hay numerosas lenguas indígenas como el quichua, shimi, awapit, chá'palachi, tsafiqui, paicoca, a'ingae, huaotirio, shuar-chicham y záparo. La religión predominante es la católica, pero muchos pueblos aún conservan sus creencias centenarias, que rinden culto a la tierra, a los nevados o al sol.

Las comunidades indígenas del Ecuador están en su mayoría integradas dentro de la cultura establecida a diferentes niveles, pero algunas comunidades todavía practican sus propias costumbres, particularmente en lo más remoto de la Cuenca Amazónica.

Por otro lado están los afroecuatorianos. Principalmente se encuentran dos concentraciones fuertes de población afro descendiente en el país. Por un lado está la que existe en la costa norte en la provincia de Esmeraldas y por otro tenemos a la que vive en el Valle del Chota, entre las provincias de Imbabura y Carchi.¹⁷

2.1.4.- Tecnológico

Con lo que respecta a la tecnología, podríamos mencionar que el uso constante del Internet es un aporte primordial para los sectores productivos, como en el caso del sector turístico, ya que por su uso le ha permitido al turista conocer el Ecuador y quiera venir a conocer sus atractivos, de esta manera se promociona el turismo en el Ecuador a nivel nacional e internacional.

La infraestructura del sector turístico ha mejorado notablemente debido a los adelantos tecnológicos que se han generado en los últimos años, por este motivo ahora podemos encontrar entidades prestadoras de servicio como alojamiento, alimentación, recreación, etc., ellos han podido implementar en sus instalaciones tecnología de punta, tanto para sus diferentes áreas y para el uso de los turistas, para así poder mejorar su funcionamiento ante su mercado, han podido crear sus propias páginas web, sus agendas virtuales, etc.

¹⁷http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador

2.2.- Microentorno

2.2.1.- Provincia Cotopaxi

➤ Datos Generales.-

Llamada originalmente provincia de León, Cotopaxi se ubica en el centro norte de la cordillera de los Andes, se asienta en la hoya central oriental de Patate y Cuenta con 6 569 km² aproximadamente, es decir, el 15% de la Región 3 y el 3% del territorio nacional⁹.

➤ Límites de la Provincia.-

Cotopaxi se encuentra limitada por las siguientes provincias:

Norte: Provincia de Pichincha

Sur: Provincias de Tungurahua y Bolívar

Este: Provincia de Napo

Oeste: Provincias de Pichincha y Los Ríos

➤ Datos Demográficos.-

De acuerdo al último Censo del año 2013, tiene 409 205 habitantes, lo que representa el 15% de la región andina y el 3% de los habitantes del Ecuador. Existe un número de habitantes mayor en las zonas rurales en comparación a la zona urbana.

➤ Clima.-

La provincia cuenta con un clima que va desde el gélido de las cumbres andinas hasta cálido húmedo en el subtrópico. Por lo que alcanza una temperatura máxima aproximada de 26°C hasta una temperatura mínima de 0°C.

➤ Hidrografía.-

Cotopaxi está regada por numerosos ríos, siendo el principal el Cutuchi que nace en las faldas occidentales del volcán Cotopaxi, el mismo que luego de recorrer la provincia de norte a sur se introduce en la de Tungurahua donde toma el nombre de Patate.

➤ **Actividad Económica.-**

La economía de la provincia se basa principalmente en la ganadería, producción de leche con sus derivados y agricultura con la producción de granos, debido a que el valle de Latacunga posee un grandioso suelo, apto para la producción agrícola.

Si se trata de actividades productivas predominantes existen cuatro que sobresalen de acuerdo a la Encuesta de Manufacturas del año 2007 y son: la producción de tubos y perfiles de acero (USD 104 355 438), la producción de papel higiénico y de tocador (USD 40 406 630), la producción de flores (USD 90 071 062,06), brócoli de exportación (USD 17 027 386,74) y la industria de tableros de madera (USD 693 599,76).

➤ **División Política.-**

Provincia: Cotopaxi

Capital: Latacunga

Población: 409 205 habitantes¹⁴

Cantones: Está conformada por siete cantones que son: Latacunga, La Maná, Pangua, Pujilí, Salcedo, Saquisilí y Sigchos.

➤ **Comidas Típicas.-**

Entre las comidas típicas más representativas de la provincia están: plato de chugchucaras, llapingachos, allullas, cuy asado y los helados de Salcedo.

➤ **Atractivos Turísticos**

Parque Nacional Cotopaxi, Volcán Cotopaxi, Laguna de Limpiopungo, Área Recreacional, El Boliche, Reserva Ecológica de los Ilinizas, Laguna de Quilotoa, Cascadas de Cunuyacu, Cerro Putzalahua, Laguna de Yambo, Feria de Saquisilí, El Cerro Callo, Las Ruinas de Pachusala, El Tambo Mulaló.

2.2.2.- Cantón Latacunga

➤ Datos Generales

El cantón se encuentra a 2.850 m.s.n.m aproximadamente y tiene una temperatura promedio de 12°C.

➤ Límites

Latacunga se encuentra limitada por las siguientes provincias y cantones:

Norte: Provincia de Pichincha;

Sur: Cantón Salcedo;

Este: Provincia de Napo; y,

Oeste: Cantones Sigchos, Pujilí y Saquisilí.

➤ Orografía

La orografía está figurada por un relieve irregular. Su máxima altura de 4027 metros está ubicada en la cima del Huangutasín en el extremo suroriental.

➤ Hidrografía

El Río Cutuchi recibe las aguas del Tomacuntze, Pumacunchi, Yanayacu, Cunuyacu, Illuchi, y Alaques, es el principal eje hidrográfico de la zona. En la parte suroeste también está el Río Isinche.

2.3.- Ambiente Interno

2.3.1.- Parroquia de Guaytacama

La parroquia de Guaytacama se encuentra ubicada a 12 km del cantón Latacunga.

Sus límites son:

Norte: con las parroquias Toacaso y Tanicuchí separándole de la primera la Colina llamada Yugsiloma.

Sur: San Felipe y Poaló, separada de la primera por el río Pumacunchí, la quebrada Pucayacu y una zanja que deslinda los predios Rumipamba y la Calera; hasta llegar al río Cutuchi.

Oriente: el río Cutuchi que separa de las parroquias Mulaló y Aláquez.

Occidente: el Cantón Saquisilí, dividiéndola de este, desde el norte el río Pumacunchi hasta el punto llamado Calicato y desde aquí en camino público hasta la mitad de un ejido común llamado Calzada que va a tomar los linderos de Poaló y termina en el mismo Pumacunchi.

➤ **Superficie.-**

Aproximada es de 37 Km, equivalente a 3.700 hectáreas de tierra, en su mayoría compuesta de suelos arenosos, cultivables y productivos, un porcentaje mínimo representan los suelos rocosos y pantanosos.¹⁸

➤ **Población y Demografía.-**

Se registra que la parroquia Guaytacama cuenta con una población total de 7.475, según datos del INFOPLAN 2001 de los cuales 3.739 pertenecen a la población masculina que representa el 5,4% a nivel cantonal, y 3.736 pertenecen a la población femenina que representa el 5,0% a nivel del cantón. La Tasa de crecimiento demográfico a nivel provincial es 2,14 mientras que la tasa de crecimiento cantonal es de 1,84, y la tasa de crecimiento parroquial es de 0,86 con estos datos se concluye que la tasa de crecimiento cantonal es menor que la provincial y la tasa de crecimiento parroquial, se considera que es baja.¹⁸

La Tasa de analfabetismo de mayores de 15 años de edad en la Parroquia Guaytacama según el INFOPLAN 2013 es 15,27% correspondiendo a los hombres el 6,84% y a las mujeres el 23,32%. Influye en la calidad de la educación: la carencia de infraestructura, de servicios básicos, de material didáctico, de equipamiento tecnológico, profesores preparados, etc. es necesario exigir a las autoridades gubernamentales el apoyo necesario para llegar a tener una educación de calidad en la parroquia.

¹⁸ Plan de Desarrollo Guaytacama Pág. 4

➤ **Mercado Laboral y Migración.-**

El conglomerado humano de la parroquia ha sufrido una notoria transformación en sus costumbres tradicionales, industria, vestimenta y lenguaje, proyectando la imagen de un pueblo bastante desarrollado que redundo en la concepción de una nueva vida, todo ello gracias a las fuentes de trabajo que ofrece las empresas agro-industriales circundantes.

Otro sector de la población ha tenido que emigrar a distintos lugares del país, en busca de un futuro promisorio. El Alcoholismo continúa siendo una lacra social difícil de erradicar en los sectores más pobres y humildes.

En el aspecto laboral es “beneficioso” la presencia de las empresas florícolas, las actividades que realizan los/as trabajadores/as en las plantaciones florícolas les obliga a estar en un constante manipuleo de pesticidas, en muchos de los casos sin medidas de protección personal, lo cual ocasiona trastornos irreparables a la salud.¹⁹

➤ **Cultura y folklore.-**

En la parroquia se practica la hermosura uno de los bailes formales, asimétricos y quizás el único que se implementó con los españoles y que las personas nativos los imitaron a la perfección.

Al retomar esta tradición española nuestras etnias relacionaron con el cosmos, al descifrar los círculos, las cintas y el tejido de este tipo de danzas que eran presentadas en los solsticios de veranos, con doce parejas; luego se introducen otros personajes como: el payaso, la camisona, el perro, el tigre y el mono.

Todos los años, el 24 de junio, en honor a san Juan Bautista, patrono de Guaytacama, se observa comparsas montadas a caballo, vestidas con largas capas de colores, coronas de cartón adornado con papel brillante y caretas de alambre pintadas de rojo. “Las cabalgaduras llevan también atavíos de tela y papel”: Es clásico que cada prioste tiene que nominar cuatro “moros” En la fiesta los moros se dividen parejas y cada una lleva un delgado madero, generalmente redondo, al cual van atados las extremidades de cinco u ocho gallos.

¹⁹ Plan de Guaytacama Pág. 13 – 14

➤ **Situación Ambiental.-**

Las personas y las fábricas aledañas, hoy en día generan grandes cantidades de basura, al punto tal que se ha convertido en un problema ambiental en la mayor parte de los barrios de la parroquia. Por un lado el volumen de residuos parece crecer día a día y por otro las alternativas para disponerlos son muy cuestionadas por sus impactos sobre el ambiente. También ocurre que hay lugares en los cuales clandestinamente se amontona todo lo que se tira sin tener en cuenta los problemas que se pueden ocasionar tanto para el ambiente como para la salud de las personas que viven cerca.

➤ **Medios de Transporte:** (Ver Tabla No.2, Pág. 62)

➤ **Situación Económica - Sector Agrícola – Pecuario.-**

La producción, debido al constante retaceo de la tierra, resulta insuficiente a los intereses de la comercialización, especialmente en el sector agrícola el mismo que se maneja en forma rudimentaria, pese a lo cual existe una considerable producción de maíz, fréjol y chocho, sin que se pueda determinar reales porcentajes, se ha incrementado el cultivo de pastizales que contribuyen a la producción de leche que sumado a los que producen las haciendas generan un volumen apreciable, de igual manera los habitantes se dedican a la crianza de cerdos, ovejas y aves de corral.

Relevante resulta la producción agrícola de la hacienda Nintanga de 259 hectáreas de las cuales 210 hectáreas están cultivadas de brócoli, siendo su producción 10 toneladas por hectárea generando 247 plazas de trabajo en labores de campo y 310 plazas en la fábrica de procesamiento.²⁰

➤ **Turismo.-**

La parroquia posee varios atractivos naturales y culturales dignos de ser explotados y admirados, pero es importante un manejo sustentable de los mismos, preparar productos turísticos lo suficientemente atractivos tanto para el turista nacional como extranjero. Este pueblo tiene gente muy hábil que tejen con totora esteras, tazas, y varias artesanías de uso doméstico, esta parroquia cuenta con varios lugares que pueden ser de interés como visitar lugares donde cultivan la totora.

²⁰ Plan de Guaytacama Pág. 13 – 14

Pero debido a la falta de infraestructura hotelera y de alimentación como restaurantes y bares, los turistas deciden pasar e ir directo a Latacunga donde cuentan con variedad de instalaciones y servicios.

Explotar e Impulsar el Turismo en la parroquia puesto que en los momentos actuales, viene a constituir una de las alternativas más sobresalientes en la economía nacional.
“El Turismo genera empleo”

➤ **Diagnóstico de la situación turística - artesanal.-**

Oferta Turística

2.4.- Atractivos Turísticos

2.4.1.- Sitios naturales

Guaytacama cuenta con una gran diversidad de flora y paisajes naturales además a se encuentra cerca de lo que es el Parque Nacional Cotopaxi es una Reserva Natural que comparte las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Napo e incluye elevaciones de 3.350 y 5.897 msnm, con algunos valles situados entre las montañas altas, de igual manera tenemos lo que es el Área Recreacional El Boliche es una formación natural con vegetación arbustiva que se asemeja a un plato hondo o boliche , también se puede observar variedad de elevaciones y lagunas. (Ver Tabla No.4, Pág. 64)

2.4.2.- Manifestaciones culturales

Los atractivos culturales de la parroquia de Guaytacama están representados por los acontecimientos programados, manifestaciones históricas religiosas y etnográficas. (Ver tabla No.3, Pág. 64)

PARQUE NACIONAL COTOPAXI:

Localización geográfica: 78°28'26" W 00°36'55"S

Centros urbanos más cercanos al atractivo: Machachi 30km, Latacunga 28km.

La zona comprende sectores muy variados, algunos extremadamente agrestes, otros con gradientes-lomas-morros-planicies que en su conjunto ofrecen una extraordinaria belleza escénica.

El volcán Cotopaxi se encuentra en el centro de esta zona con una altitud de 5897m.s.n.m, formando la esquina nor-este el volcán Rumiñahui y por una garganta que forma la Meseta de Limpios (3800m.s.n.m) la cual contiene una laguna pequeña que tiende a desaparecer por ser aprovechada como agua regadío del sector. Hacia el lado occidental encontramos al volcán Rumiñahui.

IGLESIA DE CUICUNO DEL SEÑOR DEL ÁRBOL:

Ubicación georreferencial: 0° 48'22"S; 78° 40'124"W

Ubicado en Latacunga, parroquia de Guaytacama en la comunidad de Cuicuno.

Fecha de Construcción

Fue construido en el siglo XVI en un paraje que cedió la familia Rovayo.

Descripción

La iglesia de Cuicuno tiene una nave central y esta cruzada por una nave lateral a la altura del atrio. En ese sitio se edificó la iglesia alrededor de la imagen. El santuario es visitado por fieles de todo el país y tiene cierta vinculación con San Gonzalo de la Capilla de la Medalla Milagrosa en Ambato.

PARQUE CENTRAL DE GUAYTACAMA:

Ubicación georreferencial: 00°49'S; 78°39'W

Ubicado en el centro de la parroquia de Guaytacama, es un parque en el cual se puede observar una pileta central y decorado por arbustos, flores y arboles los cuales armonizan este ambiente y dan realce al parque y a la iglesia ubicada frente a este.

ESTACIÓN DE TREN LATACUNGA:

El pasado 5 de enero del 2009 el Gobierno Nacional inauguró las estaciones de ferrocarril en Latacunga y Lasso totalmente restauradas con el objetivo de impulsar el turismo y rehabilitar la línea férrea.

Ha pasado más de un año y la infraestructura está impecable, sin embargo, los espacios están vacíos y se hace evidente la falta de turistas que lleguen hasta la ciudad por esta vía.

En la estación de Latacunga solo hay una persona a cargo, Rafael Serrano, jefe de la parada, quien trabaja en la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador (EFE) hace 30 años.

Para Cotopaxi están destinadas las unidades 93 y 98 del autoferro, sin embargo, dicen los vecinos del lugar, estas visitas no son frecuentes, pese a que según el cronograma que se maneja en la estación del tren, estos deben llegar a Latacunga de jueves a domingo a las 11:30 para retornar a Quito a las 14:00, pero desde hace varias semanas esto no sucede.

Incluso se conoció que el pasado viernes hubo un derrumbe a la altura de Guaytacama por lo que se prevé, dicen empleados del ferrocarril, que este servicio se suspenda por lo menos dos semanas.

Para abril se espera la reparación de la locomotora que podría movilizar cerca de 200 pasajeros, y según el jefe de la estación atraería más turistas, pero la preocupación es que no hay planes concretos que permitan trabajos conjuntos para promover el turismo.

2.4.3.- Planta turística

➤ Cuello de Luna

Al pie del majestuoso volcán Cotopaxi le espera nuestro lugar de descanso en medio de un paisaje andino espectacular. Queremos compartir con Uds. hospitalidad, confort, comida excelente y profundo conocimiento de la zona. (Ver Tabla No. 5, Pág. 64)

Nuestro Hotel está ubicado a 3125 s.n.m. y es un lugar ideal para caminatas y excursiones al Parque Nacional Cotopaxi, a las ferias indígenas de Zumbahua, Pulí y Saquisilí. Ofrece condiciones óptimas para una aclimatación para ascensionistas, andinistas y alpinistas. Cuello de Luna es seguramente un de los mejores puntos de partida para ascensiones a los volcanes nevados Cotopaxi, Iliniza y también Chimborazo - la montaña más alta de Ecuador. Y de regreso de sus aventuras y esfuerzos disfrute de la comodidad que ofrece nuestra casa.

2.4.4.- Alimentos y bebidas

Uno de los lugares tradicionales que ofrecen alimentos y bebidas se llama D´Zaharix desde 1905, con un agradable ambiente y excelente calidad en sus productos.

➤ **Café – Bar D`Zaharix**

Ubicación: Se encuentra ubicado en el centro de la Parroquia de Guaytacama diagonal al Parque Central D' Zaharix es un bar restaurante en el cual el turista podrá degustar de deliciosos bocadillos y bebidas típicas del Ecuador. Además de esto posee un ambiente muy relajado con buena música y un excelente servicio.

HORA DE ATENCION: Se encuentra abierto al público solamente por las tardes a partir de a 1:30h hasta las 11:00h pm

Por las noches se puede disfrutar de la música, bailar y degustar de bebidas alcohólicas y cocteles.

2.4.5.- Levantamiento catastral artesanal

Para elaborar el catastro artesanal inicialmente se eligió a los barrios de Pupana Sur, Cuicuno y La Libertad que se dedican a la elaboración de artesanía dentro de la parroquia de Guaytacama.

La metodología para desarrollar el catastro artesanal se basó en almacenar información primaria a través de los instrumentos de recolección de datos en la parroquia de Guaytacama aplicando entrevistas a cada uno de los artesanos de los barrios que conforman la parroquia, observación directa de las actividades productivas artesanales durante las visitas de campo.

En ambos casos, el recorrido se hizo con contactos pre- establecidos con el Municipio de Latacunga y el presidente de la Junta parroquial, su tarea fue primordial para abrir las puertas en el primer contacto.

Durante el recorrido se realizó un archivo fotográfico de cada uno de los artesanos, tejedores y elaboración de velas con dominio y manejo de las técnicas ancestrales para la elaboración de las artesanías de totora y telares.

2.4.6.- Identificación de artesanos reconocidos y Ferias artesanales

Durante la investigación efectuada se reconocieron artesanos dedicados a las tres líneas de producción anteriormente señaladas tomando en cuenta las técnicas utilizadas para la elaboración de cada una de las artesanías y el volumen de producción de cada uno de los talleres donde se producen. (Ver Tabla No.7, Pág.65)

DESCRIPCIÓN DE ARTESANIAS

- **Jergas y telares**

Las jergas son tejidos elaborados con lana de borrego y algodón también se elabora en estos telares cortinas, chalinas y bolsos, el material utilizado para la elaboración de estos tejidos son chillo, algodón y lana de borrego. La técnica que ellos utilizan en los telares solo funciona a manivela estos, han sido construidos por los mismos artesanos. Luego para dar color a los hilos los tiñen durante 30 min con tientes naturales y de esta manera obtendrán tejidos de varios colores. Para realizar rollos más grandes de jergas toman un tiempo de 15 días, algunos de ellos se manda hacer bajo pedido y otros son vendidos por los mismos artesanos en ferias locales.

- **Esteras**

Para la realización de las estereras de 2 plazas se toma un tiempo de 2 días ya que es un proceso demoroso. Primero se realizar la cosecha y selección de la totora luego se la debe colocar a secado y por último se la corta para empezar con el tejido de la totora. La técnica es el tejido manual a manera de trenza y entre cruzando las hileras de totora seca a la vez se le da unos golpes con una piedra lisa y de un tamaño mediano de esta manera se refuerza el tejido para hacer un terminado de buen gusto se hacen los filos a manera de trenza dándole un detalle más estético.

- **Recubrimiento de Tazas**

Los objetos de cerámica se los adquiere ya terminados en la comunidad La Victoria. La labor a realizar por los artesanos es el tejido manual de la totora fina y delgada alrededor de estos artículos de cerámica los protectores los cuales recubren solo la base hasta la parte media de la olla o las tazas. El tejido de la base se realiza anticipadamente para introducir el objeto de cerámica y el tejido final a manera de trenza o entre cruzado se lo realiza por encima de la cerámica dándole realce a la pieza. Se teje con totora eligiendo o usando de la más gruesa a la más delgada manualmente.

- **Aventadores**

Son artesanías de uso doméstico elaboradas con totora.

Para su elaboración la totora debe ser seleccionada y luego ser secada al sol, después de ello se la corta y se clasifica desde las más finas a las más gruesas. Posteriormente se teje a manera entre cruzada o trenzada y aplanando las uniones con pequeños golpes con una piedra lisa redondeada los filos son hileras un poco más gruesas en forma de trenzas formando un cuadrado casi perfecto por últimos y de igual manera se hace el mango pero este debe ser más grueso y resistente.

- **Velas**

Para la elaboración de las velas en la comunidad de Cuicuno los artesanos utilizan los residuos de otras velas dejadas en la iglesia central y de allí las funden en una paila conjuntamente y luego aplica la técnica de chorro se le da forma y las pulen, utilizan termómetros para controlar que la temperatura sea la adecuada la cual es de 70⁰. Algunas velas son elaboradas con colorantes para que tomen color estas son utilizadas para las fiestas de niños. (Ver Tabla No. 6, Pág.65)

2.4.- Investigación explorativa.-

Guaytacama es un sitio no desarrollado turísticamente, es por eso que no hay datos que evidencien una alta importancia en el ámbito turístico.

Por lo tanto para el mencionado proyecto se ha optado por realizar encuestas en lugares cercanos a Guaytacama y que cuentan con una alta concentración de turistas y son: el mercado de Saquisilí y la Estación del Tren El Boliche. Además de entrevistas a las autoridades tanto de Guaytacama como de Latacaunga.

En donde:

n= ¿?

z= Nivel de confianza 1.96

p= Probabilidad de éxito 0.5

q= Probabilidad de fracaso 0.5.

N= Universo 21500.

E= Error admisible 0.05

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{(N - 1)e^2 + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 21500}{(21500 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 21500}{21500 * 0.0025 + 3.84 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{20640}{53,77 + 0.96}$$

$$n = \frac{20640}{54,73}$$

$$n = 377,12$$

n= 377 encuestas

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
HOTELERÍA Y TURISMO

El siguiente cuestionario está orientado a determinar el perfil del visitante en las zonas con el fin de mejorar aspectos relacionados con las actividades ofertadas en la zona. Su participación en este estudio contestando las preguntas que se redactan a continuación de la forma más sincera y exacta supone una gran ayuda debido a la importancia que tiene el conocer su opinión.

1.- Datos

Nombre: -----

Estado Civil: -----

Nacionalidad: -----

Edad: -----

Género: F----- M-----

Nivel de instrucción: -----

Ocupación: -----

2.-Estaría interesado en visitar la Parroquia de Guaytacama

Mucho Poco Le es indiferente No

3.- ¿Qué desearía usted conocer en la parroquia de Guaytacama?

Atractivos naturales Atractivos culturales

Artesanía Todos

4.- A través de que medio se enteró de la ubicación de Guaytacama?

Por la radio Por la televisión Por vallas publicitarias

Otros

5.- Durante su visita le gustaría adquirir artesanía propia del sector?

Sí No

6.- ¿Qué tipo de artesanía le gustaría?

Decorativas Uso personal Decorativas y uso personal

7.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por las artesanías que ofrecen en Guaytacama?

\$ 3 a \$5

\$ 10 a \$20

\$ 25 a \$30

8.- Usted apoyaría la implementación de una feria turística artesanal como:

Generadora de ingreso para las comunidades locales

Una actividad recreativa nueva

Como herramienta de rescate cultural

Todas las anteriores

9.- Que medio de transporte utiliza para realizar turismo

Avión

Auto propio

Bus particular

Otro

10- Con quien viaja

Familiares

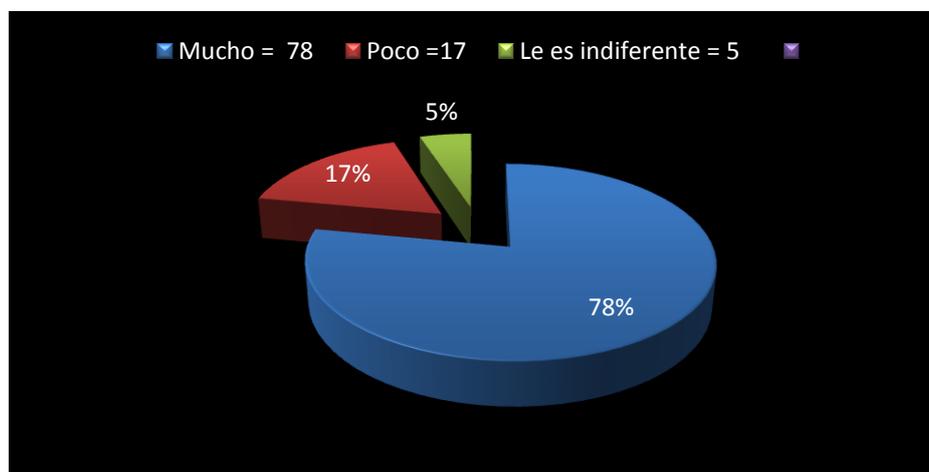
Amigos

Otro

Gracias por su valiosa ayuda.

2.4.1.- Tabulación y Análisis de Resultados

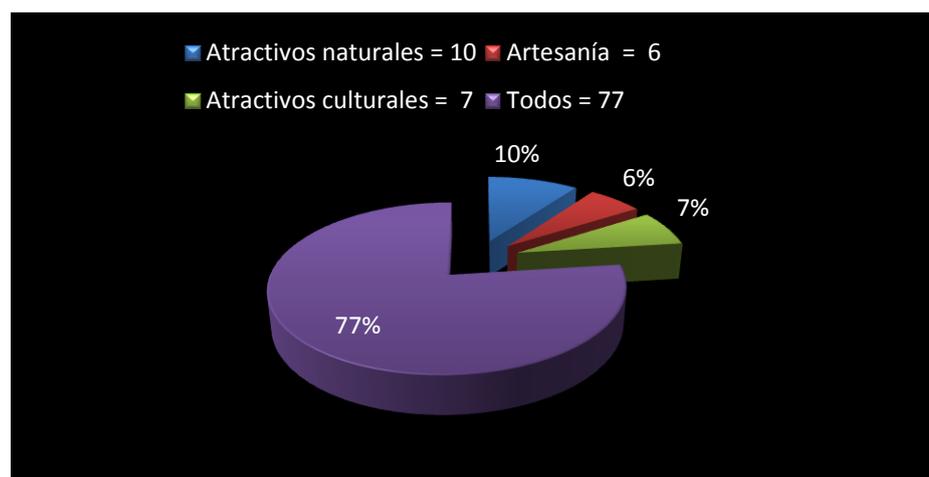
1.-Estaría interesado en visitar la Parroquia de Guaytacama



ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Mucho	78	78%
Poco	17	17%
Le es indiferente	5	5%
TOTAL	100	100%

La mayoría de los turistas se encuentran interesados en visitar y conocer la Parroquia de Guaytacama.

2.- ¿Que desearía usted conocer en la parroquia de Guaytacama?



ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Atractivos naturales	10	10%
Atractivos culturales	7	7%

Artesanías	6	6%
Todos	77	77%
TOTAL	100	100%

De las 100 personas entrevistadas, el 77% prefieren visitar todas las alternativas.

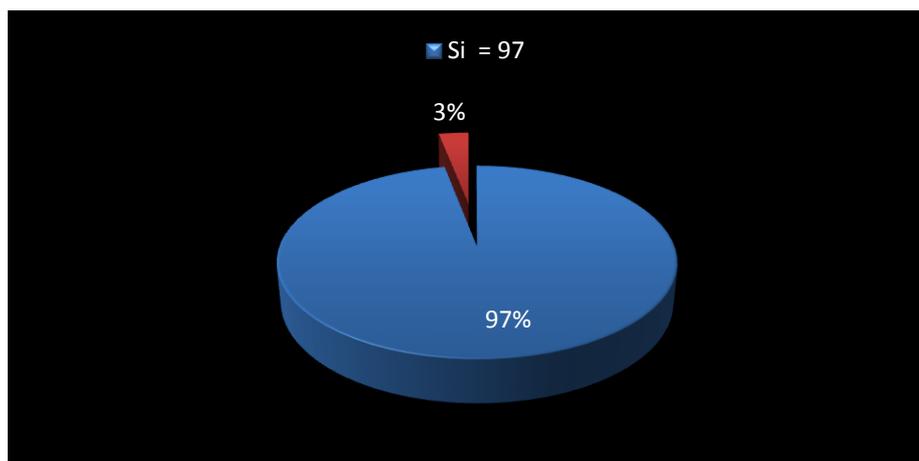
3.- A través de que medio se enteró de la ubicación de Guaytacama?



ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Por la radio	2	2%
Por vallas publicitarias	4	4%
La televisión	2	2%
Otros	92	92%
TOTAL	100	100%

De las 100 personas encuestadas el 92% escogió la opción Otros ya que se enteraron por media de las personas que realizaban las encuestas.

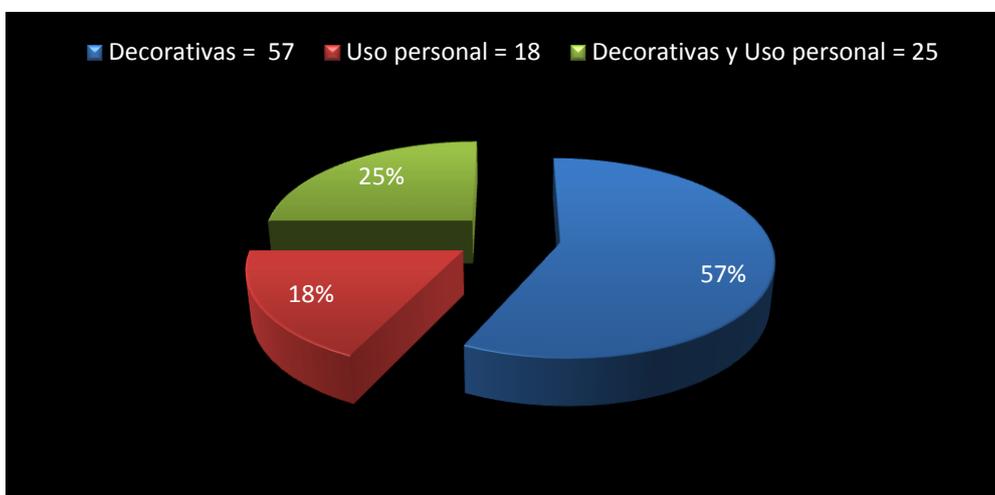
4.- Durante su visita le gustaría adquirir artesanía propia del sector?



ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Si	97	97%
No	3	3%
TOTAL	100	100%

De las 100 personas encuestadas el 97% escogió la alternativa Sí, debido a que les atrae la variedad de artesanías.

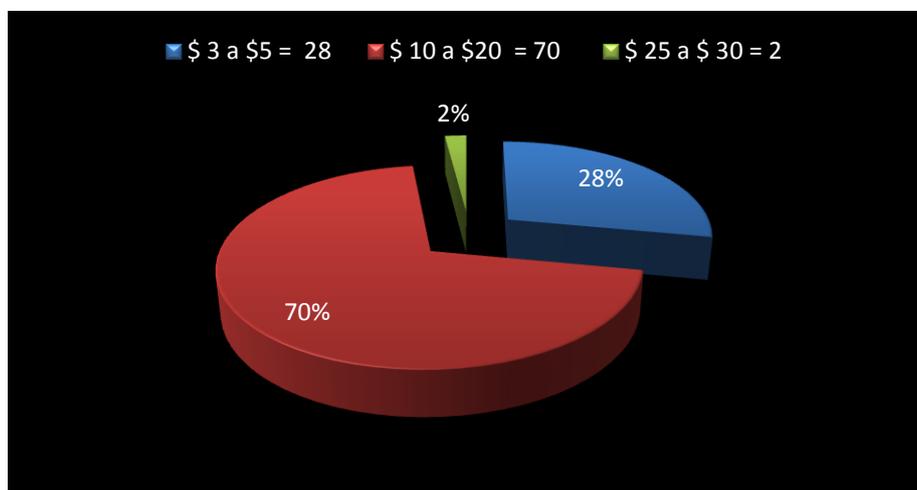
5.- ¿Qué tipo de artesanía le gustaría?



ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Decorativas	57	57%
Uso personal	18	18%
Decorativas y Uso Personal	25	25%
TOTAL	100	100%

La mayoría de las personas encuestadas desean adquirir más lo que son artesanías decorativas ya sea para usarlas en su hogar o en su trabajo.

6.- ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por las artesanías que ofrecen en Guaytacama?



ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
\$ 3 a \$ 5	28	28%
\$ 10 a \$ 20	70	70%
\$ 25 a \$ 30	2	2%
TOTAL	100	100%

De las 100 personas encuestadas escogieron la opción \$10 a \$ 20 teniendo como resultado el 70%.

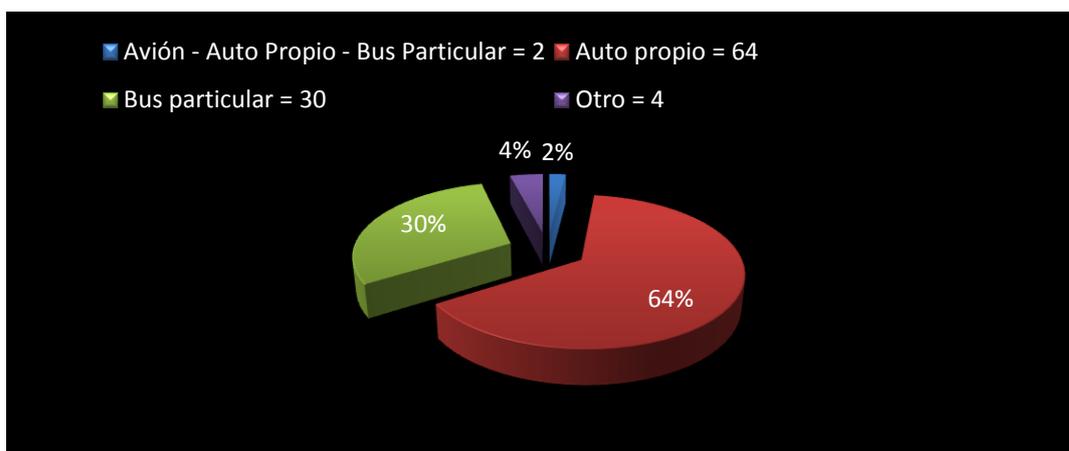
7.- Usted apoyaría la implementación de una feria turística artesanal como:



ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Generadora de ingresos para las comunidades locales	7	7%
Una actitud recreativa nueva	5	5%
Como herramienta de rescate cultural	5	5%
Todas las anteriores	83	83%
TOTAL	100	100%

De las 100 personas encuestadas el 83% por ciento escogió la respuesta todas las anteriores.

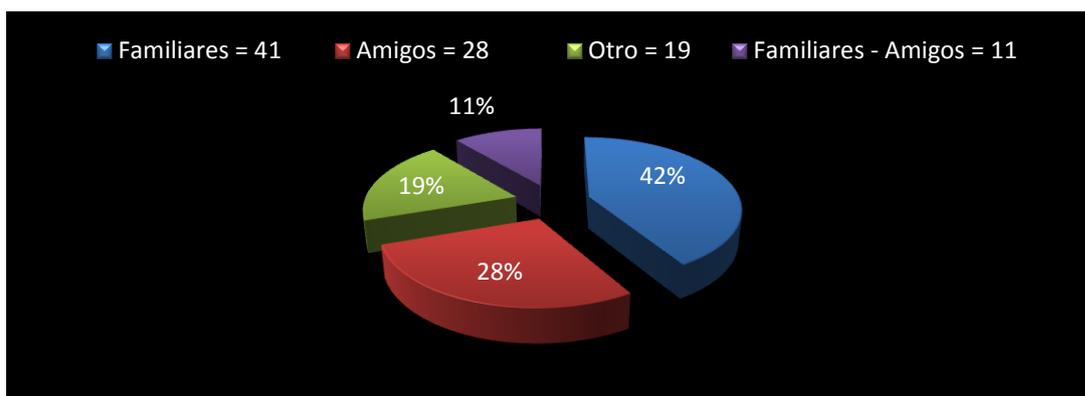
8.- ¿Qué medio de transporte utiliza para realizar turismo



ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Avión/AutoPropio/Bus Part.	2	2%
Auto Propio	64	64%
Bus Particular	30	30%
Otros	4	4%
TOTAL	100	100%

De las 100 personas encuestadas el 64% escogió la alternativa de utilizar como medio de transporte auto propio.

9.- Con quien viaja



ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Familiares	41	41%
Amigos	28	28%
Familiares/Amigos	11	11%
Otros	19	19%
TOTAL	100	100%

De las 100 personas encuestadas el 41% escogió la respuesta de viajar con familiares.

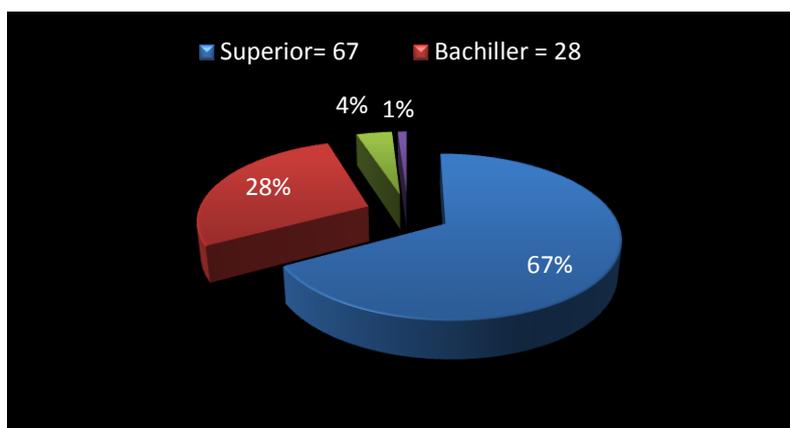
Gracias por su valiosa ayuda.

2.4.2.- Perfil de viajero visitante

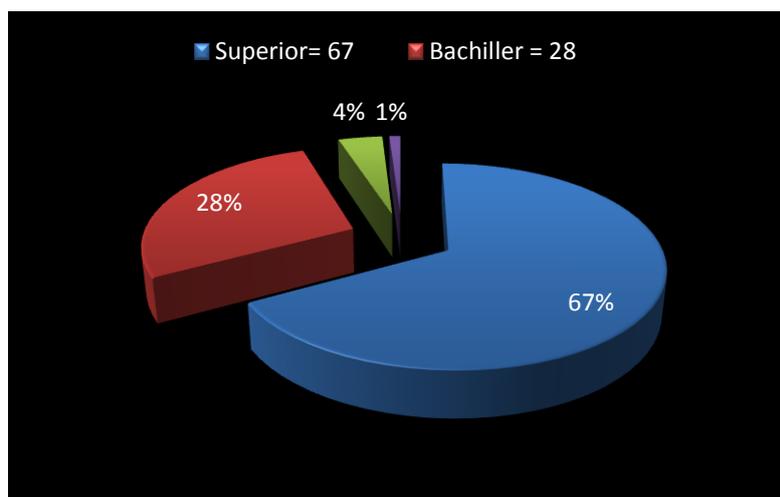
El perfil del visitante ha sido establecido, basándose en las encuestas realizadas y aplicada a los turistas que visitan el mercado de Saquisilí y la Estación del Tren El Boliche.

Edad: 20 a 25 años

Género: 54% Masculino 46% Femenino



Educación: 67% Superior 28% Bachiller 4% Primaria 1% Masterado



Composición de los grupos: De todas las personas encuestadas el 41% prefiere viajar con su familia, seguida del 28% desean viajar con amistades, el 19% con familiares y amigos.

Motivaciones: La mayoría de los turistas realizan viajes para visitar lugares donde existan tantos atractivos naturales, atractivos culturales y puedan adquirir artesanías del lugar.



2.5.- FODA

Es una metodología de estudio de la situación de un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada.

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta el proyecto, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa el proyecto, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

TABLA No. 8

	INTERNAS		EXTERNAS	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
COMPONENTE NATURAL	La parroquia tiene fuentes hídricas que sirven para el regadío de los cultivos.	Las fuentes hídricas se encuentran contaminadas; las aguas del río Cutuchi no son aptas para el consumo humano e industrial.	Las fuentes hídricas de la parroquia ofrecen la oportunidad de recuperar fauna y flora endémica que puede significar un potencial atractivo turístico.	La presencia de haciendas industriales y la falta de control político para el cuidado de las fuentes hídricas causarán daños irreparables imposibilitando cualquier actividad turística.
	La parroquia tiene gran potencial paisajístico.	Los miradores naturales se encuentran invadidos por arquitectura civil sin un debido ordenamiento y control.	El paisajismo natural de la parroquia puede favorecer el desarrollo de proyectos y actividades de turismo.	Factores climáticos pueden afectar la calidad paisajística.
	Los habitantes conservan y practican sus valores comunitarios en sus relaciones interpersonales.	Debilitamiento progresivo de los valores, saberes tradiciones y costumbres de la parroquia.	La sociabilidad y amabilidad de los habitantes de la parroquia se constituye en un factor importante que favorece el desarrollo de proyectos turísticos.	Influencia de costumbres extranjeras a través de medios de comunicación.

COMPONENTE CULTURAL	La parroquia posee un importante patrimonio cultural tangible e intangible	Hay poca difusión de la riqueza cultural de esta Parroquia.	Las entidades de turismo pueden aprovechar la riqueza cultural de la parroquia para fomentar la actividad turística.	Las parroquias aledañas pueden potenciar su patrimonio turístico, para ser preferidas por los turistas.
COMPONENTE GASTRONÓMICO	Posee platos típicos que nacieron en la parroquia.	Cada vez se dedican menos personas de la parroquia a elaborar estos platos.	Buscar el interés de entidades que promuevan la gastronomía de la parroquia a nivel turístico.	Estos platos típicos están siendo comercializados por personas de otras provincias.
	La parroquia oferta una gran variedad de comida típica de la sierra.	Existe una oferta informal de estos platos típicos que no da buen aspecto a su comercialización.	La concentración de esta variedad de oferta gastronómica puede ser motivo de visitas turísticas.	La concentración de variedad gastronómica puede ser más fuerte y amplia en otras parroquias.
COMPONENTE FESTIVIDADES Y EVENTOS	Las festividades de la parroquia están constituidas por muchas actividades de interés.	La parroquia aún no posee un ordenamiento en cuanto a consumo de alcohol y seguridad durante las festividades.	Extender su difusión a nivel nacional e internacional.	La preferencia de los visitantes sea para otras festividades del país.

CAPÍTULO III

En la Parroquia de Guaytacama encontramos personas que elaboran artesanías hechas a base de totora (La fibra de TOTORA es utilizada para elaborar esteras, sillas, muebles, petates, carteras, canastas, sombreros, y redecillas para transportar recipientes de agua como cántaros, garrafas y jarras. Algunas leyendas indican que Manco Cápac portaba orejeras de totora como adorno personal.), estas tradiciones han venido trascendido de generación en generación. Pero debido a que las fábricas han ingresado a este lugar, la elaboración de las artesanías se han visto afectadas y a pesar de todo el esfuerzo realizado por cada uno de los miembros de esta Parroquia se ha visto la necesidad de diseñar un plan de comunicación para que sean conocidas por los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Al realizar un Plan de Comunicación pretende crear nuevas estrategias que logren cubrir con sus expectativas la referencia al posicionamiento de sus artesanías en el mercado, generando beneficios económicos y utilidades con los cuales podrán beneficiarse los pobladores del sector tomando en cuenta que se pretende posicionar una imagen corporativa que sea distintivo de las artesanías de la Parroquia de Guaytacama.

3.1 Propuesta de Marketing

3.1.1 Promoción

Las artesanías para poder tener un posicionamiento turístico se tiene que intensificar su promoción, y por esto se toma en cuenta realizar un logotipo con un slogan que identifique las artesanías.

Slógan:

Un mundo lleno de creatividad

Iconografía de la marca de las artesanías.



Elaborado por: Belén Guijarro

Para la realización de esta iconografía se utilizó el imagotipo que es la unión de una imagen con palabras o frases que se las puede ubicar abajo, arriba o a un lado, esto nos servirá para reforzar la identificación de las artesanías.

Significado de los elementos de la iconografía:

Mariposa: Esta comienza su crecimiento hacia su bella transformación y a ese proceso se le conoce como Metamorphosis, al igual que la Totora es cosechada y se transforma en bellas artesanías elaboradas por los pobladores de la Parroquia.

Color Marrón: Tranquilidad, profundidad, tierra, natural, áspero, riqueza, simplicidad, seriedad, sutil, utilidad, madera, debido a su calidez y neutralidad.

Color Amarillo: Es el color del sol y se traduce en emociones como optimismo, felicidad, brillo y alegría. Se ha comprobado que el color amarillo provoca pensamientos creativos. Es muy eficaz para atraer la atención, por lo puede usarse para resaltar ciertos elementos importantes del diseño.

Color Gris: Se percibe como clásico y de larga duración y a menudo elegante y refinado, implica una perfecta neutralidad, razón por la cual los diseñadores a menudo lo utilizan como color de fondo.

Además de escoger medios de publicidad alternativa, como son las menciones en “LA TV”, publicaciones en banner, redes sociales como son la página web y página en Facebook en la actualidad existe un gran estimado de personas que usan el internet como medio de investigación.

Por esta razón es una buena opción la creación de una página web, la cual proporcionará información acerca de las artesanías, donde se encuentran, su elaboración, y todos los artesanos que realizan estos diseños, también ofrecerá un hipervínculo donde se pueda conectar a la página oficial de Guaytacama para que se pueda conocer más de la Parroquia.

Esta página llevará consigo, fotografías de las artesanías, fotografías de épocas antiguas de la parroquia, datos de los artesanos, la elaboración, direcciones, además de espacios donde se aceptará comentarios acerca de las visitas realizadas, y la opinión de la misma.

Cuando esta página web se encuentre posicionada podrá vender espacios para publicidad turística, y generar mayores ingresos para los artesanos.

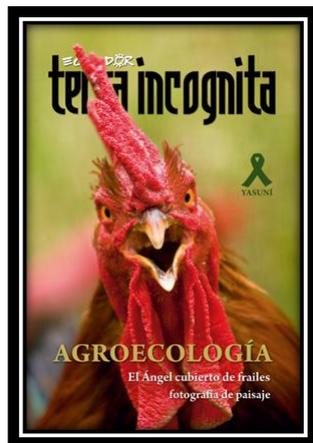
Por otra parte debido a la aceptación del público que tiene con el programa “La Televisión” tanto se anunciara en el transcurso del programa que se da los días domingos en el canal 2 y también en su página web por medio de un banner.

La página de Internet del programa LA TELEVISIÓN es visitada por más de 60.000 visitantes y 400.000 páginas vistas cada mes.



Fuente: www.tvecuador.com
Elaborado por: Belén Guijarro

Con las nuevas estrategias y servicios web que prestará la página, y la interacción que esta tendrá con el programa de televisión, los visitantes crecerán exponencialmente. Se ha decidido escoger estos medios porque es una de manera sencilla, económica y actual de dar a conocer y promocionar las artesanías además de la Parroquia también. De igual forma de lograr intensificar la promoción mediante publicaciones en revistas Turísticas como es la Revista Terra Incógnita, siendo una revista acerca de toda la oferta Turística que posee el Ecuador siendo un medio masivo y de mucha ayuda para las artesanías poder publicitarse en este medio impreso.



Fuente: www.terraecuador.net

Elaborado por: Belén Guijarro

Ya que ofrece sus publicaciones ya sea para todo el Ecuador como para el extranjero teniendo 6 publicaciones al año, siendo esto 1 vez pasando un mes donde se puede encontrar membresías, descuentos, concursos y promociones.

Para la promoción de las artesanías se utilizaran los siguientes medios alternativos.

Página web: Un dominio .com, .net cuesta \$11 al año. El dominio .org cuesta \$15 al año.

- El hosting cuesta \$39 al año.
- El costo total anual es de \$50 o \$54 más IVA anual. Lo cual debe renovarse cada año.

Por el costo anterior se incluye:

1. Un panel ISP config.
2. Creación de cuentas de correo, usuarios FTP y bases de datos

3. Además la capacitación tiene un valor de \$50 + IVA que sería por una sola ocasión, para que se pueda subir artículos fotos, noticias, videos, etc.

Banner: este se encontrará en la página web del programa La Televisión es de 5 tipo cubo A, tiene un valor de \$450 mensuales.

Menciones en el programa en vivo “La Tv”: este tipo de menciones se hará los días domingos, serían al inicio del programa, cada una tiene un valor de \$140 semanales.

Terra Incógnita: Las publicaciones son 1 vez cada 2 meses ya que la revista al año brinda 6 editoriales teniendo un costo mensual de \$50,00.

ETAPA.-

Etapas de mantenimiento: La página web tendrá una duración de 1 año calendario, las menciones en el programa “LA TV”, se harán los días domingos, la publicación en la revista será de un mes.

OBJETIVOS DE MEDIOS.-

Alcance.-

- El banner fue escogido como medio de soporte y vínculo para que la página web sea visitada.
- Las menciones en el programa “LA TV”, se enfoca en captar la atención en turistas potenciales, que les guste las artesanías.
- La página web y la página de facebook se crean como medio masivo, para aquellas personas que navegan en busca de información de nuevos lugares para adquirir artesanías y conocer nuevos lugares paisajísticos.
- La revista es un medio masivo que captara a más Turistas tanto nacionales como extranjeros.

Frecuencia.-

Tomando en cuenta que la página web del programa “LA TV” ha tenido 210 mil visitantes en el 2014, un millón de páginas vistas, visitantes de más de 25 países del mundo, se espera que el banner tenga igual o mayor concurrencia de visitas.

La frecuencia de la visita de la página web de las artesanías sea, de al menos 1000 personas al mes.

Cobertura.-

Con el banner y las menciones en el programa “LA TV “, se espera que abarque todo el país, al igual que como el internet es un medio masivo de publicidad se busca de igual manera que tenga una aceptación que beneficie las artesanías.

OPORTUNIDADES DE CONTACTO.-

ACTIVIDADES	JÓVENES	JÓVENES-ADULTOS	ADULTOS
ESCUCHA LA RADIO		X	X
NAVEGA EN INTERNET	X	X	X
MIRA LAS VALLAS		X	X
LEE LOS BANNER	X	X	X
LEE LA REVISTA		X	X
MIRA TV	X	X	X

SELECCIÓN DE MEDIOS.-

MEDIOS	JÓVENES	JÓVENES-ADULTOS	ADULTOS
INTERNET	X	X	X
BANNER	X	X	X
LA TV	X	X	X
REVISTA		X	X

DISTRIBUCIÓN POR ETAPAS Y MEDIOS.-

MEDIO	INVERSION	PORCENTAJE	TIEMPO	MANTENIMIENTO
INTERNET (página web)	\$231,48	25%	ANUAL	ANUAL
BANNER (cubo A)	\$450	25%	MENSUAL	MENSUAL
LA TV (2 menciones)	\$280	25%	DIARIA	2 VECES AL MES Y PASANDO UN MES
REVISTA	\$50	25%	Mensual	Mensual
TOTAL	\$ 1011.48	100%		

PAUTAS POR MEDIOS Y ETAPAS.-

PAUTA DE VALLAS LANZAMIENTO-MANTENIMIENTO.-

BANNER	UBICACIÓN	TAMAÑO	VALOR	TIEMPO	TOTAL INVERSIÓN
CUBO	PAGINA WEB PROGRAMA "LA TV"	200X 200 PÍXELES	\$450	MENSUAL	\$450
TOTAL					\$450

PAUTA DE LA PÁGINA WEB LANZAMIENTO-MANTENIMIENTO.-

INTERNET	DOMINIO	VALOR	TIEMPO	TOTAL INVERSIÓN
PÁGINA WEB	.com	\$231,48	ANUAL	\$231,48
TOTAL				\$231,48

TELEVISIÓN	VALOR	TIEMPO	TOTAL INVERSIÓN
MENCIONES DE 35s.	\$ 70,00 x 4 menciones	2 domingos al Mes	\$280
TOTAL			\$280

PAUTA DE LA REVISTA.-

REVISTA	VALOR	TIEMPO	TOTAL INVERSIÓN
TERRA INCOGNITA	\$50,00	Mensual	\$50,00
TOTAL			\$50,00

DIAGRAMA DE FLUJO.-

MEDIO	INVERSIÓN	TIEMPO
INTERNET	\$231,48	UN AÑO
SUBTOTAL	\$231,48	
BANNER	\$450	UN MES
SUBTOTAL	\$450	

LA TV	\$280	2 Veces al Mes
SUBTOTAL	\$280	
REVISTA	\$50,00	MENSUAL
SUBTOTAL	\$50,00	
SUBTOTAL	\$50,00	
<u>TOTAL</u>	\$1.011,48	

CONTROL Y EVALUACIÓN.-

El control del banner, revista se hará después del primer mes, y según eso conocer la aceptación o no de las personas, de igual manera el internet será un año calendario, realizando constantemente la actualización de la información, para publicar eventos, fotos, etc.

Y las menciones en el programa de “LA TV” se harán al termino de estas publicaciones es decir al mes.

La evaluación se realizará por medio de un contador mediante el internet, para conocer el porcentaje de personas que visitaron el banner, la página web y de esta manera conocer la acogida de estos medios publicitarios. Además con las menciones en “LA TV”, Se evaluará según el rating del programa.

Financiamiento.-

Para el financiamiento del presente proyecto se ha utilizado la responsabilidad social de dos empresas que mediante nuestra página web ellos también serán promocionados colocando los logos y un pequeño resumen sobre cada una de ellas, así cada empresa aportará el 50% del valor de la propuesta de promoción.

- **PRONACA**

Pronaca cuenta con un Código de Ética, cuyo objetivo es la promoción de una cultura organizacional transparente, basada en los valores y principios de la compañía.

La vigilancia del cumplimiento de los Derechos Humanos, la seguridad y salud laboral de nuestros colaboradores, así como el acercamiento con las comunidades donde estamos presentes, son factores esenciales de la gestión de la sostenibilidad.

La calidad que ofrece en todo su portafolio es el resultado de manos ecuatorianas comprometidas con un trabajo responsable. Para la empresa la gente es lo primero, su bienestar y seguridad son los pilares de una relación exitosa.

En el 2014, PRONACA invirtió USD 203.861 para gestionar proyectos con beneficios para las comunidades.

- **PANIJÚ S.A.**

Es una empresa que se encarga de la venta y distribución de cosméticos y farmacéuticos para todo el país y a nivel internacional, debido a que esta empresa ha ido creciendo gracias a la comercialización de sus productos, se han visto en la necesidad de crear un espacio para ayudar a la sociedad, de esta manera la empresa se encuentra comprometida con un trabajo responsable para la ayuda y beneficio de las comunidades.

3.2. Introducción al análisis Financiero

El análisis financiero constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión u alguna otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Asimismo, al analizar los proyectos de inversión se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al invertir al momento para obtener beneficios al instante, mientras se sacrifican las posibilidades de beneficios futuros, o si es posible privar el beneficio actual para trasladarlo al futuro, al tener como base específica a las inversiones.

El análisis financiero se emplea también para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto.²¹

²¹ <http://www.monografias.com/trabajos7/anfi/anfi.shtml>

Es necesario para todas las empresas, ejecutar el estudio financiero con la finalidad de analizar por medio de indicadores cuál es su verdadero rendimiento y económico que poseen estas; para así poder enfrentar sus compromisos económicos ya sea con sus clientes internos y externos o proveedores en un momento dado.

3.2.1. Plan de Inversión

Todo proyecto necesitará contar, en su fase inicial, con una serie de inversiones encaminadas a la correcta consecución del mismo.

En principio estas inversiones deberán ajustarse lo máximo posible, buscando el equilibrio que nos permita contar con una estructura económica (activos) lo suficientemente robusta como para poder desarrollar correctamente nuestra actividad, pero evitando sobredimensionar la empresa, ya que un sobredimensionamiento (exceso de inversión inicial).²²

Podría disminuir la rentabilidad económica del proyecto, a la vez que haría necesario contar con una mayor estructura financiera (pasivo), lo cual disminuirá la rentabilidad financiera e incluso podría poner en peligro la solvencia del mismo (al tener que utilizar una mayor proporción de recursos ajenos con respecto a los recursos propios debido a la necesidad de financiar un mayor volumen de activos).

Para conseguir cuantificar en su justa medida el correcto volumen de inversiones iniciales, se hace indispensable desarrollar un presupuesto de inversión, en el cual se desglose uno a uno los elementos de inversión que serán necesarios. En el siguiente apartado, desglosaremos el presupuesto de Inversión necesario para llevar a cabo nuestro proyecto

Para poder dar un valor de la inversión inicial que se necesita, se debe tomar en cuenta todos los aspectos que vienen a formar parte de la elaboración de este proyecto de tesis, no se puede dejar ningún costo afuera, por mínimo que sea, mediante este se puede dar cuenta si se tiene capital suficiente para comenzar con el mencionado proyecto, y ver si se está en capacidad de asumir o si se necesita de algún tipo de financiamiento.

²² http://www.t-businessplan.com/descarga/ejemplo_plan_empresa.pdf

PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN
PROMOCIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	MEDIOS	DESCRIPCIÓN	Valor	TIEMPO	TOTAL
WEB	.COM	Página web de las artesanías de Guaytacama	\$ 231,48	ANUAL	\$ 231,48
BANNER EN WEB	LA TELEVISION	Página web del Programa La Televisión	\$ 450,00	MENSUAL	\$ 450,00
TV	LA TELEVISION	Menciones en el Programa La Televisión	\$ 70,00	DOS DOMINGOS AL MES 4 MENCIONES	\$ 280,00
REVISTA	TERRA INCOGNITA	Publicaciones de anuncios en la Revista	\$ 50,00	MENSUAL	\$ 50,00
				TOTAL	\$ 1011,48

<u>TOTAL DE LA PROPUESTA</u>		
ANUAL	MENSUAL	TOTAL
\$ 231,48	\$ 780	\$ 1011,48

4.- Conclusiones y Recomendaciones

A continuación se dará a conocer las conclusiones adquiridas a través del estudio y el análisis realizado durante este proyecto de tesis, de igual forma se proporcionará algunas recomendaciones que son importantes para la implementación de un Plan de Comunicación con base a la información analizada previamente.

4.1. Conclusiones

- Mediante la fundamentación de un estudio de mercado se pudo concluir que existe un gran número de personas que valoran y respetan las artesanías, ellas están dispuestas a pagar un precio justo por tener un producto único, elaborado con técnicas ancestrales que involucran muchas horas de trabajo. Cuando el grupo de artesanos venden su mercadería a este tipo de gente, la problemática relacionada con su condición precaria se ve disminuida.
- Con un diagnóstico realizado se estableció el presupuesto de los medios publicitarios previó a la recolección de cotizaciones, de empresas dedicadas a ofrecer publicidad alternativa y tradicional.
- Al proponer un Plan de Comunicación y una Imagen corporativa se analizó las variables tanto dependientes como independientes para mejorar notablemente la publicidad y promoción de las artesanías y se podrá utilizar estrategias para poder generar más ventas y satisfacer a la demanda insatisfecha y obtener su posicionamiento.

4.2. Recomendaciones

- Es recomendable hacer énfasis en la importancia del comercio justo es decir el poder vender a personas que paguen por el valor agregado con que cuenta la artesanía.
- Aumentar la publicidad de dichas artesanías para que sean conocidas tanto a nivel nacional como internacional.
- Se recomienda implementar los medios de publicidad alternativos y mantenerlos, realizando constantemente actualización de datos, para que el las artesanías de la Parroquia de Guaytacama se den a conocer y pueda competir como un potencial turístico.
- En la Parroquia de Guaytacama dar a conocer a sus pobladores de la implementación del proyecto y cual va hacer su crecimiento en dicho lugar, para que cada artesano sea un aporte fundamental para el cumplimiento de los objetivos de las artesanías.
- Se debe realizar seguimientos y evaluaciones continuas al Plan de Comunicación con el fin de promocionar las artesanías para lograr su posicionamiento y superar sus ventas.

Bibliografía:

- AL RIES & JACM TROUT, Posicionamiento, (Editorial McGraw-Hill).
- CHARLES W. HILL; GARETH R. JONES, (2006). *Administración Estratégica*, (Editorial Mc Graw Hill sexta edición)
- DAVID F. (1997). *Conceptos de Administración Estratégica*, (México: Prentice Hall).
- DAVID UGARTE, (2002). *Posicionamiento*, (Edición Madrid).
- DESS GREGORY, (2003). *Dirección Estratégica*, (Mc Graw Hill).
- IVANCEVICH, John y LORENZI Meter, *Gestión Calidad y Competitividad*.
- MIGUEL ANGEL ACERENZA, *Marketing de Destinos Turísticos*, (Editorial Trillas 2da Edición).
- STANTON, WALKER, *Fundamentos del Marketing*, (Mc. GRAW, 11 Edición).
- Taylor Bernard/ Harrison John,(1991). *Planeación Estratégica Exitosa*, (Legis Editores S.A. Serie empresarial).

Linkografía:

- Carvajal Harly, Modelo de Encuestas de la Competencia, <http://modelodeencuesta.wordpress.com/2011/01/05/como-realizar-el-estudio-de-mercado-de-su-competenciamodelo-de-encuesta/>
- Estadísticas turísticas del Ecuador 1999-2009, boletín 2011; enero 2011, sección 6, Ministerio de Turismo, <http://www.turismo.gob.ec/>.
- <http://guaytacama.com/guaytacama/artesania.htm>
- <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/ruta-artesanal>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad>
- <http://www.scn.org/mpfc/whats.htm>
- Fuente:http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101101409/-1/Artesanías_de_totora
- <http://www.puertolago.com/esp/turismo-en-otavalo-cotacachi-atuntaqui-ibarra-ecuador>

5.- TABLAS

TABLA No. 1: PRINCIPALES MERCADOS ARTESANALES DEL ECUADOR

ESPECIALIDAD	PROVINCIA	CANTÓN
Filigrana	Azuay	Gualaceo
Técnica Ikat (Paño de Gualaceo)	Azuay	Gualaceo
Cerámica	Bolívar	Chimbo
Ebanistería	Bolívar	Chimbo
Juegos Pirotécnicos	Bolívar	Chimbo
Bordados de Simiatug	Bolívar	Guaranda
Cerámica de Jatumpamba	Cañar	Azogues
Sombreros de Paja Toquilla	Cañar	Azogues
Coco, chonta, balsa, mate, arcillas	Imbabura	Ibarra
Sombreros de Ilumán	Imbabura	Ibarra
Plaza de Ponchos	Imbabura	Otavalo

Tagua	Loja	Puyango
Cerámica de La Pila	Manabí	Montecristi
Sombreros de Paja Toquilla	Manabí	Montecristi
Paja Mocora	Manabí	Paján
Sombreros de Paja Toquilla	Morona Santiago	Gualaquiza
Chonta	Pastaza	Pastaza
Balsa	Pastaza	Pastaza
Cerámica Canelo-Kichwa	Pastaza	Pastaza
Quinsapincha	Tungurahua	Ambato

Fuente: http://www.viajandox.com/ecuador_mercados_artes.htm

TABLA No. 2: MEDIOS DE TRANSPORTE GUAYTACAMA

EMPRESAS DE TRANSPORTE	RUTA	HORARIOS	TARIFAS
Ferrocarril del Estado	Quito - Latacunga	Salidas de jueves a domingo y feriados. Salida: 8:00 Retorno: 14:30 Llegada a Quito: 18:00	\$10,00 por persona (menores de edad, adultos mayores y personas con discapacidad, pagan mitad de precio)
Cooperativa de transportes Flota Guaytacama	Quito - Guaytacama	Salida todos los días, desde las 6:30 – 23:00	\$ 2,25 por persona (niños, tercera edad y discapacitados pagan medio pasaje)
Cooperativa de camionetas PICOG	Quito - Guaytacama	Salida todos los días, desde las 6:30 – 23:00	\$ 2,25 por persona (niños, tercera edad y discapacitados pagan medio pasaje)
Cooperativa de camionetas Virgen del Tránsito	Quito - Latacunga	Salida todos los días, desde las 6:30 – 23:00	\$ 3,00 por persona (niños, tercera edad y discapacitados pagan medio pasaje)
Cooperativa de camionetas Señor del Árbol	Quito - Guaytacama	Salida todos los días, desde las 6:30 – 23:00	\$ 2,50 por persona (niños, tercera edad y discapacitados pagan medio pasaje)

TABLA No. 3: RESUMEN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	ATRACTIVO
MANIFESTACIONES CULTURALES	HISTORICAS	RELIGIOSAS	SANTUARIO DE CUICUNO "SEÑOR DEL ÁRBOL"
	ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS	EVENTOS DEPORTIVOS	COMPLEJO DEPORTIVO GUAYTACAMA
		ARTÍSTICO	YUMBADA
	ETNOGRAFIA	TEJIDOS EN FIBRA NATURAL	ESTERAS EN EL BARRIO LA LIBERTAD
		TEJIDOS EN FIBRA NATURAL	AVNETADORES (LA LIBERTAD Y PILACOTA)
		TEJIDOS EN FIBRA NATURAL	TEJIDOS DE TOTORA EN
			OBJETOS DE BARRO EN PUPANA SUR
		ARTESANIAS	VELAS O CERAS EN CUICUNO

TABLA No. 4: ATRACTIVOS TURÍSTICOS

SITIOS NATURALES
• Area Recreacional El Boliche
• Parque Nacional Cotopaxi
• Volcán Cotopaxi
• Mirador y Planicie de Zufana
• Volcán Ilinisas
• Volcán Rumiñahui
• Laguna de Limpiopungo
• Camino del Inca
• El Santuario del Señor del Árbol de Cuicuno

TABLA No. 5: PLANTA HOTELERA

NOMBRE	UBICACIÓN	CATEGORÍA
Hotel Gilocarmelo	Saquisili	Una estrella (Económico)
Hotel San Carlos	Saquisili	Una estrella (Económico)
Hotel Cuello de Luna	Pastocalle (Entrada a Cotopaxi)	Una estrella (Económico)
Hacienda San Agustín	Parroquia Mulaló (Barrio Lasso)	Dos estrellas
The Black Sheeping	Sector Guatugloma	Hostal dos estrellas
La Cienega	Hacienda La Cienega Lasso	Hostería
La Posada del Rey	Panamericana Sur Km. 20	Hostal

TABLA NO. 6: LÍNEA DE PRODUCCIÓN

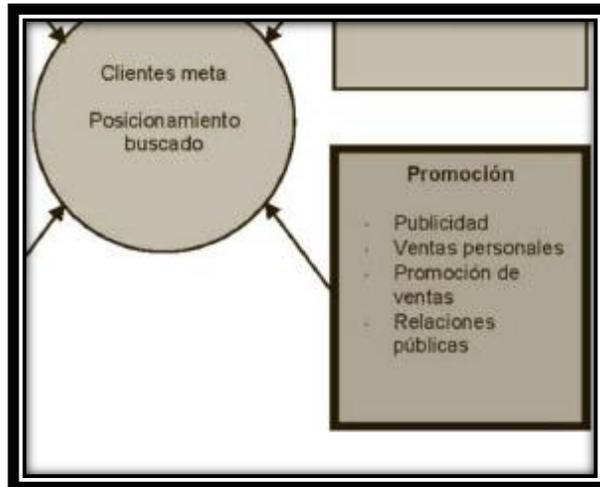
LOCALIDAD	LÍNEA DE PRODUCCIÓN
PARROQUIA GUAYTACAMA	Tejidos en fibra natural (Totora)
	Jergas (Telares)
	Cera (Velas)

TABLA No. 7: ARTESANOS Y SUS TALLERES

ARTESANOS TALLERES	Y	VOLUMEN DE PRODUCCIÓN
María Antonia Iza		40 esteras, aventadores y recubridores de tazas por mes
Laura Cazataipa		20 esteras, abanicos por mes
Sra. Narcisa Iza Analuisa		10 canastas de totora por semana
Sr. Ángel Barahona		10 mtrs. En tela, 40 mtrs. En jerga y 200 velas al año.

6.- ANEXOS

PLAN PROMOCIONAL Y COMUNICACIONAL



Fuente: Kotler, P, (2003). Fundamentos de Marketing

MERCADO ARTESANAL DEL ECUADOR



Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=mercados+artesanales+del+ecuador&client>.

MATERIA PRIMA

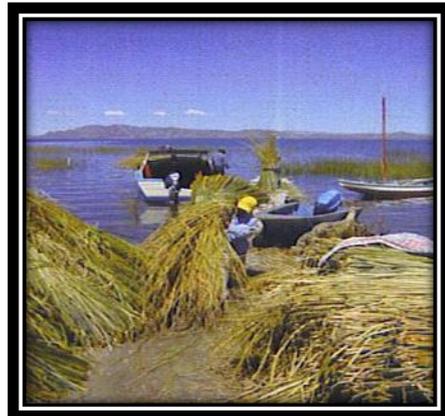


Fuente: <https://www.google.com.ec/search?q=mercados+artesanales+del+ecuador&client>

ARTESANOS PARROQUIA SAN RAFAEL, PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: totorasisa.blogspot.com
Elaborado por: Belén Guijarro



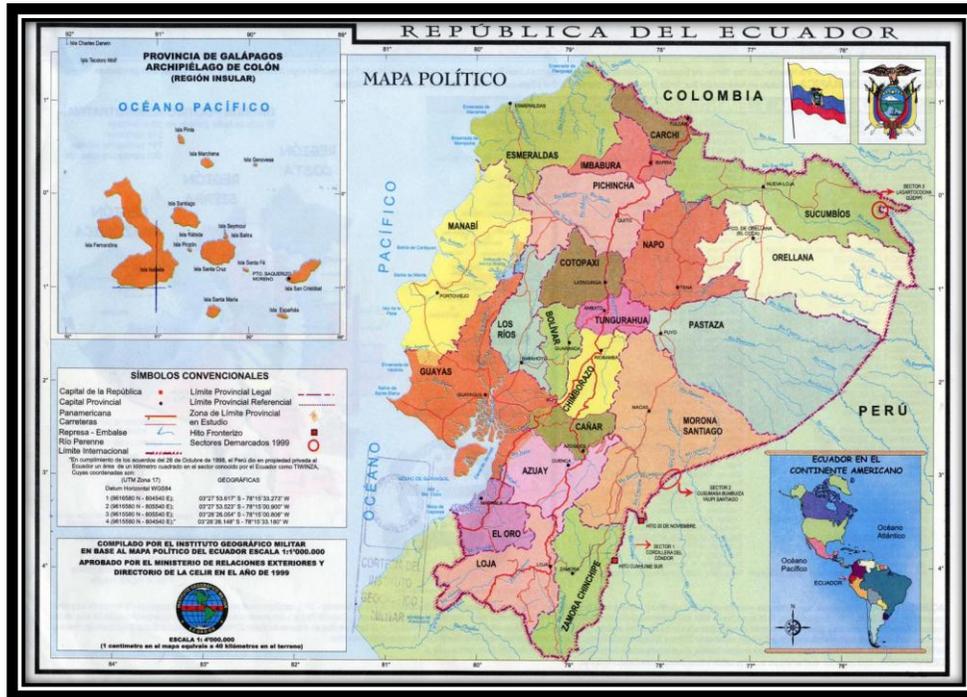
Fuente: totorasisa.blogspot.com
Elaborado por: Belén Guijarro



Fuente: totorasisa.blogspot.com
Elaborado por: Belén Guijarro

MACROENTORNO

- República del Ecuador



Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador
Elaborado por: Belén Guijarro

MICROENTORNO

- Provincia Cotopaxi



Fuente: Lámina Ecuador y sus provincias
Elaborado por: Belén Guijarro

- **Cantón Latacunga**



Fuente: <https://www.google.com/search?q=canton+latacunga>

Elaborado por: Belén Guijarro

AMBIENTE INTERNOS

- **Parroquia de Guaytacama**



Fuente: <https://www.google.com/search?q=canton+latacunga>

Elaborado por: Belén Guijarro



Fuente: Google Earth
Elaborado por: Belén Guijarro

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Parque Nacional Cotopaxi:



Elaborado por: Belén Guijarro

Iglesia de Cuicuno del Señor del Árbol:



Elaborado por: Belén Guijarro

Parque Central de Guaytacama:



Elaborado por: Belén Guijarro

Estación de tren Latacunga:



Elaborado por: Belén Guijarro

PLANTA TURÍSTICA

- Hotel Cuello de Luna



Elaborado por: Belén Guijarro

- Café - Bar D´Zaharix



Elaborado por: Belén Guijarro

JERGAS Y TELARES



Elaborado por: Belén Guijarro

ESTERAS



Elaborado por: Belén Guijarro

RECUBRIMIENTO DE TAZAS



Elaborado por: Belén Guijarro

AVENTADORES



Elaborado por: Belén Guijarro

VELAS



Elaborado por: Belén Guijarro

FINANCIAMIENTO

EMPRESAS CON RESPONSABILIDAD SOCIAL

PRONACA



Te alimenta bien

Elaborado por: Belén Guijarro

PANIJÚ S.A.



Elaborado por: Belén Guijarro