



**UNIVERSIDAD DE OTAVALO**

**Ingeniería en Marketing y Turismo Internacional**

**“Creación de un centro de interpretación cultural, artesanal otavaleño con enfoque turístico, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura”**

**Males de la Torre, Ana Verónica**

**Autor**

**Herrera Jiménez, Marilyn Gabriela, Msc.**

**TUTOR**

Proyecto de grado presentado como requisito

Para la obtención del título de Ingeniería en Marketing y Turismo Internacional

Otavalo, febrero de 2015



UNIVERSIDAD DE OTAVALO  
CARRERA DE MARKETING Y TURISMO INTERNACIONAL  
APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADO

Otavalo, 5 de marzo 2015.

Se aprueba el empastado de los tres ejemplares más el Cd correspondiente al trabajo de grado con el tema:

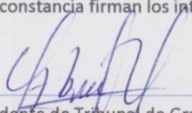
"Creación de un centro de interpretación cultural, artesanal Otavaleño con enfoque turístico en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura".

Correspondiente al estudiante:

Nombre: Ana Verónica Males de la Torre

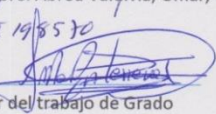
C.I: 100316890-1

Para constancia firman los integrantes del tribunal evaluador:

  
Presidente de Tribunal de Grado

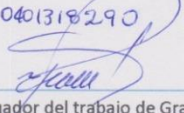
Nombre: Abreu Valdivia, Omar, PhD.

C.I: J 198570

  
Tutor del trabajo de Grado

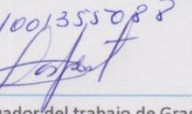
Nombre: Herrera Jiménez, Marilyn Gabriela, Msc.

C.I: 0401318290

  
Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Rueda Ubidia, Jorge Eloy, Dr.

C.I: 1001355088

  
Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Díaz Gispert, Lidia Inés, PhD.

C.I: H 486606

---

**DEDICATORIA**

Dedico esta tesis con amor y cariño a mi familia y hermanos, por su comprensión y ayuda en mis estudios universitarios. Gracias por todo a mis padres Luis Alfonso Males y María Hortencia de la Torre, por creer en mí y enseñarme que a lo largo de la vida las verdaderas satisfacciones se logran con esfuerzo y honestidad que las mejores cosas de la vida se disfrutan en los pequeños detalles.

Gracias familia les quiero mucho.

**Ana Verónica Males de la Torre**

---

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis hermanos Maribel, Rumiñahui, Samia, Malky, compañeros, amigos y maestros quienes fueron participes en todo momento dándome apoyo y motivación a la culminación de los estudios, de esta una manera especial a la Magister Marilyn Herrera por haber sido mi guía en este proyecto final.

Espero que este proyecto sea un aporte a la sociedad y aquellos jóvenes emprendedores.

---


© DERECHOS DE AUTOR

Yo, **Ana Verónica Males de la Torre**, portadora de la cédula de ciudadanía N° **100316890-1**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Por medio del presente documento certifico que he leído lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual por el Reglamento y por la normativa Institucional vigente de la Universidad de Otavalo y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en los mismos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Otavalo para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

  
-----

Nombre: Ana Verónica Males de la Torre

C. I.: 100316890-1

Fecha: Otavalo, Febrero de 2015

---

INDICE	
DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTOS .....	IV
© DERECHOS DE AUTOR.....	V
INDICE DE TABLAS .....	XI
INDICE DE ILUSTRACIONES .....	XIII
INDICE DE PLANOS .....	XIII
INDICE DE GRAFICOS .....	XIV
INDICE DE ANEXOS.....	XIV
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I .....	2
FUNDAMENTOS TEÓRICOS .....	2
1.1.2. Funciones de los Centros de Interpretación:.....	3
1.1.3 Principios de la Interpretación .....	4
1.1.4 Equipamientos de un Centro de Interpretación.....	4
1.2 Interpretación del Patrimonio .....	5
1.2.1. Definición .....	5
1.2.3 Funciones de la Interpretación del Patrimonio .....	6
1.3. Centros Culturales .....	6
1.3.1. Definición .....	6
1.3.2 Importancia de la cultura .....	7
1.3.3 Importancia De Centros Culturales .....	8
1.3.4 Estructura De Un Centro Cultural.....	9
1.4 TURISMO .....	10
1.4.1 Definición .....	10
1.4.2. Importancia .....	10
1.4.3 Turismo Y Cultura .....	11
1.5. CULTURA .....	12
1.5.1. Definición .....	12
1.5.2 Importancia .....	13
1.5.3 Cultura Otavaleña.....	13

---

1.5.4. Preservación de la cultura .....	15
1.6. TRADICION .....	17
1.6.1 Definición .....	17
1.6.2 Tradiciones en el Cantón Otavalo .....	17
1.7. Vestimenta .....	18
1.7.1 Vestimenta de la mujer indígena.....	18
1.8 Artesanía.....	19
1.8.1 Definición .....	19
1.8.2 Artesanía e identidad .....	21
1.8.3 Artesanía industria y arte .....	21
1.8.4 Artesanía, Identidad y Globalización .....	23
1.9 MUSEOLOGIA Y MUSEOGRAFIA.....	24
1.9.1 Definición y evolución .....	24
1.10 Marco legal .....	25
1.10.1 Pasos previos a la creación de la empresa .....	25
1.10.2 Ley de compañías .....	25
1.10.2.1 Tipo de sociedad: Compañía de responsabilidad limitada.....	26
1.10.3 Registrar la empresa previamente constituida en la Superintendencia de Compañía	26
1.10.4 SRI: Registro Único de Contribuyentes: .....	27
1.10.5 IESS:.....	28
1.10.6 Patente Municipal.....	28
1.10.7 Certificado de seguridad del Cuerpo de Bomberos.....	29
1.11 Impactos turísticos .....	29
1.11.1 Definición .....	29
1.11.2 Impactos Económicos Del Turismo .....	29
1.11.3 Impactos Socioculturales Del Turismo .....	30
1.11.4. Impactos ambientales del turismo .....	30
1.12. Código Ético Del Turismo .....	31
CAPITULO II.....	32
2.1 DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN .....	32
2.1.1. Antecedentes .....	32

---

2.1.2 OBJETIVOS .....	33
2.1.2.1 Objetivo General .....	33
2.1.2.2 Objetivos Específicos .....	33
2.1.3 Variables Diagnósticas .....	33
2.1.4 Indicadores.....	34
2.1.5 Matriz de relación de las variables e indicadores .....	34
2.2 MECÁNICA OPERATIVA .....	37
2.2.1 Determinación del universo .....	37
2.2.2 Determinación de la muestra .....	37
2.3 Información primaria.....	38
2.3.1 Métodos .....	39
2.3.1.1 Histórico - Lógico: .....	39
2.3.1.2 Analítico – Sintético:.....	39
2.3.1.3 Inductivo-Deductivo:.....	39
2.7 Técnicas:.....	40
2.7.1 Encuestas: .....	40
2.8 Instrumentos: .....	40
2.8.1 Cuestionario:.....	40
2.8.2 Fichas de observación: .....	40
2.11 ANALISIS DE RESULTADOS .....	40
2.11.1 Características de la demanda .....	40
2.11.1.1 Encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros (195) .....	40
2.12 Matriz FODA.....	58
2.13 Estrategias: FA, FO, DO, DA.....	59
2.14. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNOSTICO .....	60
2.15 DETERMINACIÓN DE LA SOLUCIÓN DIAGNOSTICA.....	60
2.16 CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO.....	60
CAPÍTULO III .....	62
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO.....	62
3.1 Introducción del capítulo .....	62
3.1.2 Justificación de la propuesta.....	62



---

3.2 Elaboración de la propuesta.....	65
3.2.1 Nombre del proyecto .....	65
3.3 Localización.....	65
3.3.1 Macro localización .....	65
3.3.2 Micro localización.....	66
3.4 Descripción de la propuesta.....	67
3.4.1 Nombre de la Empresa o Razón Social .....	67
3.4.2 Logotipo de la empresa .....	67
3.4.3 Slogan .....	67
3.5 Propuesta Legal.....	68
3.5.1 Pasos previos a la creación de la empresa .....	68
3.5.2 Tipo de empresa .....	68
3.5.3 Razón y objeto social .....	69
3.5.4 Socios y representantes Legales.....	69
3.5.5 Ordenamiento Jurídico .....	69
3.5.6 Registro mercantil .....	70
3.5.7 Registro único de contribuyente (RUC) .....	70
3.5.8 Registro patronal del IESS.....	70
3.5.9 Ministerio de Cultura.....	70
3.5.10 Fragmento de la escritura en donde se constituirá el Centro de Interpretación cultural, artesanal Otavaleño .....	71
3.6 Propuesta Administrativa .....	72
3.6.1 Misión de la empresa.....	72
3.6.3 Visión de la empresa .....	72
3.7 Objetivos.....	72
3.7.1 Objetivo general.....	72
3.7.2 Objetivos específicos.....	73
3.8 Estructura organizacional .....	73
3.8.1 Estructura funcional .....	73
3.9 Manual de funciones .....	74
3.10 Valores de la empresa.....	78

---

3.11 Elaboración de la Propuesta Operativa .....	79
3.11.1 División de áreas del centro de interpretativo.....	79
3.11.2 Servicios ofertados .....	79
3.12 Diseño arquitectónico .....	83
3. 12.1 Equipamiento salas.....	87
3.12.1.9 Nombre de la sala: Ñukanchi Takita Ricuna (Sala de eventos culturales 9) .....	91
3.12.1.10 Nombre del camino: Ñanda Puriska .....	92
3.13 Diagrama de Proceso.....	92
3.13.1 Flujo grama de Recorridos.....	94
3.14 Elaboración de la Propuesta técnica Museográfica.....	95
3.14.1 Línea cronológica de la Época Prehispánica .....	95
3.14.2 Segundo Elemento: Época Colonial.....	95
3.15 Estructuración del guion.....	96
3.16 Propuesta de Promoción .....	100
3.16.1 Producto.....	100
3.16.1.1 Valor Diferencial.....	100
3.16.2 Branding .....	100
3.16.3 Logotipo:.....	100
3.16.4 Precio .....	101
3.16.5 Plaza .....	101
3.16.5.1 Canal directo, forma directa.....	101
3.16.5.2 Canal detallista, Forma indirecta.....	101
3.17 Promoción.....	102
3.17.1 Plan de Comercialización .....	102
3.17.2 Publicidad .....	102
3.17.3 Pagina web.....	103
3.17.4 Tripticos.....	103
3.17.5 Volantes .....	105
3.17.7 Vallas Publicitarias.....	105
3.18 Estudio Económico Financiero .....	107
3.18.2 Financiamiento.....	108

---

3.18.4 Costos de talento Humano .....	109
3.18.5 Costos de Servicios básicos .....	110
3.18.7 Estructura de ingresos.....	111
3.18.7.1 Ingreso por venta de entradas.....	111
3.18.8 Estado Proforma de Resultados .....	112
3.18.9 Calculo de flujo de Caja .....	113
3.18.10 Punto de equilibrio .....	114
3.18.11 Van - Tir.....	114
CAPÍTULO IV .....	115
4.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	115
4.2ANÁLISIS DEL IMPACTO TURISTICO .....	117
4.3 ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL .....	118
4.4ANÁLISIS DEL IMPACTO CULTURAL.....	119
4.5IMPACTO ECONÓMICO .....	120
4.6 IMPACTO AMBIENTAL.....	121
4.7 IMPACTO GENERAL .....	122
CONCLUSIONES .....	123
RECOMENDACIONES .....	124
BIBLIOGRAFÍA .....	125
ANEXOS.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

### INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Variables e Indicadores.....	35
Tabla 2 : Universo.....	37
Tabla 3: Muestra .....	38
Tabla 4: Extranjeros .....	41
Tabla 5: Procedencia Nacionales .....	42
Tabla 6: Turistas .....	43
Tabla 7 : Visita a la Ciudad .....	44
Tabla 8: Razón de visita .....	45
Tabla 9: Motivo de visita .....	46
Tabla 10: Sitio de Relevancia.....	47
Tabla 11: Representa la artesanía .....	48
Tabla 12: Elaboración Artesanía .....	49
Tabla 13: Información.....	50

Tabla 14: Conocimiento .....	51
Tabla 15: Interés .....	52
Tabla 16: Acude.....	53
Tabla 17. Fortalecerá.....	54
Tabla 18: Importancia .....	55
Tabla 19 : Costos .....	56
Tabla 20 : Servicios .....	57
Tabla 21 : Matriz FODA .....	58
Tabla 22 : FA, FO, DO, DA .....	59
Tabla 23 : Esquema de la Propuesta .....	64
Tabla 24: Estructura Organizacional .....	73
Tabla 25: Estructura Funcional.....	74
Tabla 26: Manual de Funciones.....	75
Tabla 27 : Valores.....	78
Tabla 28: Descripción de salas .....	80
Tabla 29: Equipamiento "Tandanajuna Huku" .....	87
Tabla 30: Equipamiento "Yuyari Huku" .....	88
Tabla 31 : Equipamiento " Hukupy Rimaricuna" .....	88
Tabla 32: Equipamiento "Shinakuna Huku" .....	89
Tabla 33 : Equipamiento " Samay" .....	89
Tabla 34: Equipamiento "Risihuku" .....	90
<b>Tabla 35 : Equipamiento Warmy Huku</b> .....	90
Tabla 36: Equipamiento "Tulluna Huku" .....	91
Tabla 37 : Equipamiento "Ñukanchi Ricuna" .....	91
Tabla 38: Equipamiento " Ñanda Puriska" .....	92
Tabla 39 : Diagrama de procesos.....	93
Tabla 40: Guía .....	93
Tabla 41: Artesano .....	94
Tabla 42: Flujo grama de recorridos .....	94
Tabla 43: Línea cronológica .....	95
Tabla 44: Época colonial.....	95
Tabla 45: Guion técnico para la época prehispánica .....	96
Tabla 46: Canal directo .....	101
Tabla 47: Forma directa .....	101
Tabla 48: Plan de Comercialización .....	102
Tabla 49: Inversión del Proyecto .....	107
Tabla 50: Financiamiento .....	108
Tabla 51: Depreciación Activos Fijos.....	109
Tabla 52: Costos de Talento Humano .....	109
Tabla 53 : Servicios Básicos.....	110
Tabla 54: Costos y Gastos de Producción.....	110

---

Tabla 55: Ingresos.....	111
Tabla 56: Estructura de Ingresos .....	112
Tabla 57: Estado de Resultados.....	112
Tabla 58: Flujo de Caja .....	113
Tabla 59: Van - Tir .....	114
Tabla 60: Niveles de impactos.....	116
Tabla 61 : Impacto turístico.....	117
Tabla 62: Análisis Impacto Social .....	118
Tabla 63: Impacto cultural .....	119
Tabla 64: Impacto Económico.....	120
Tabla 65: Impacto Ambiental.....	121
Tabla 66: Impacto General.....	122

### **INDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 : Turistas.....	41
Ilustración 2: Nacionales .....	42
Ilustración 3: Genero de turistas .....	43
Ilustración 4: Visita la Ciudad .....	44
Ilustración 5: Razón de su visita.....	45
Ilustración 6: motivo .....	46
Ilustración 7: Plaza de Ponchos .....	47
Ilustración 8: representa .....	48
Ilustración 9: proceso .....	49
Ilustración 10: artesanías .....	50
Ilustración 11: Centro de Interpretación .....	51
Ilustración 12: Otavalo .....	52
Ilustración 13: Ud. acudiría a un Centro de Interpretación? .....	53
Ilustración 14: actividad turística.....	54
Ilustración 15: importancia.....	55
Ilustración 16: pagar .....	56
Ilustración 17: Servicios.....	57

### **INDICE DE PLANOS**

Plano 1 : Planta Arquitectónica Elaborado por: Arq. Alex Tituaña .....	84
Plano 2 : Implantación .....	85
Plano 3 : Implementación.....	86

---

## INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1: Macro localización .....	65
Grafico 2: Micro localización.....	66
Grafico 3: Logotipo.....	67
Grafico 4 : Logo.....	100
Grafico 5 : Pagina .....	103
Grafico 6 : Lado A .....	104
Grafico 7: Lado B .....	104
Grafico 8: Volantes .....	105
Grafico 9 : Vallas .....	105
Grafico 10 : Revistas .....	106

## INDICE DE ANEXOS

Anexos 1 : Encuesta.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexos 2 : Fichas de observación.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexos 3 : Localización.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexos 4 : Logotipo.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexos 5 : Planos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexos 6 : Lugar del proyecto .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

Para el presente proyecto, fue necesario realizar la investigación para la implementación de un centro cultural artesanal Otavaleño, donde se dé a conocer la elaboración de artesanía autóctona del sector, demostrando de esta manera fomentar el rescate cultural y la revalorización de las artesanías hechas a mano, mediante una infraestructura adecuada que ayude al turista a conocer el proceso de creación de los productos que hoy en día se están perdiendo, de esta manera se promoverá la economía local, creando nuevas fuentes de trabajo, ayudando a dinamización el turismo local, mediante un producto que tendrá acogida en los turistas nacionales y extranjeros, donde se transmitirá los saberes culturales y serán parte del proceso de creación de las artesanías, para hacer de Otavalo un lugar de estancia.

De acuerdo con la investigación se generó cuatro capítulos para la aplicación de distintos métodos en el primer capítulo se utilizó el método histórico- lógico, segundo capítulo analítico- sintético y en el tercer capítulo inductivo – deductivo y en cuarto se analizó los impactos que tendrá, considerando los aspectos positivos y negativos del proyecto, de esta manera se utilizó las técnicas de recopilación de datos mediante encuestas, utilizando los instrumentos de documentos, cuestionarios y fichas de observación, para su correcta elaboración.

Los principales beneficiarios serán los habitantes del cantón, que viven en este sector, sobre todo los jóvenes que son los herederos de esta maravillosa cultura ancestral, permitiéndose así ser los que mantengan vivas las tradiciones de su pueblo para brindar un mejor servicio de calidad y conservar su origen étnico.

**PALABRAS CLAVES:** CENTRO CULTURAL; TURISMO; OTAVALO

## EXECUTIVE SUMMARY

For this project, it was necessary to carry out the research for the implementation of a cultural center artisan Otavalo, where give to know the development of native handicraft sector, showing in this way promote cultural rescue and the revaluation of the handmade crafts, by means of an appropriate infrastructure that helps tourists learn the process of creating new sources of work, helping to energizing local tourism, with a product that will be welcome in the national and foreign tourists, where cultural knowledge shall be transmitted will be promoted and they will be part of the process of creations of the crafts , to make a place of stay of Otavalo.

According to research generated four chapters for the application of different methods in the first chapter we used the historical method- logical ,second chapter analytical-synthetic, and third chapter was used inductive-deductive and fourth was analyzed the impacts will have considering the positive and negative aspect of the project, this way we used the techniques of collecting data through surveys using the instruments of documents, questionnaires and observation sheets, for proper development.

The main beneficiaries will be the inhabitants of Canton, who living in this sector, especially the young who are the heirs of this wonderful ancient culture, thus allowing be to keep alive the traditions of his people to provide better quality service while preserving their ethnic origin.

**KEYWORDS:** CULTURAL CENTER; TOURISM; OTAVALO



## INTRODUCCIÓN

Ecuador, es una nación multiétnica y pluricultural. En sus regiones: Costa, sierra y oriente, conviven 14 nacionalidades indígenas, con tradiciones diversas y su propia cosmovisión; al norte del territorio ecuatoriano se encuentra la Provincia de Imbabura conocida como la provincia de los lagos, donde se desprende una de las ciudades más importante a nivel nacional que es Otavalo; reconocida a nivel mundial, por sus magnífica historia, cultura y tradición.

Otavalo definido como el “Valle del Amanecer” turística y culturalmente es uno de los principales destinos turísticos del Ecuador. La cultura indígena, las artesanías y la belleza paisajística son los principales atractivos para los turistas, nacionales y extranjeros; que realizan compras significativas en el Mercado Centenario “Plaza de los Ponchos”, el más grande mercado artesanal de Sudamérica donde cerca de tres mil expositores indígenas ofrecen las más variadas artesanías, realizadas a mano con herramientas ancestrales, cada artículo de venta, posee un significado representativo, ya sea, por sus colores, figuras o en el proceso en el que se lo realiza.

En esta importante ciudad del norte del país, habitan los Kiwchas - Otavalos, es el lugar adecuado para la implementación de un Centro de interpretación cultural, artesanal Otavaleño , que contribuirá al rescate de los procesos culturales, artesanales, de cantón, de esta manera el presente proyecto busca fortalecer, rescatar y mantener la cultura como medio para dar sustentabilidad a la identidad cultural, con el fin de promover el desarrollo comercial y turístico de la ciudad, creando nuevas fuentes de trabajo, generando el desarrollo económico y desarrollo social sostenible ,estableciendo la necesidad de priorizar el progreso cultural como una condición necesaria para mejorar la calidad de vida de las personas y el bienestar. Por lo tanto, construir cultura es construir ciudad.

En la investigación se fue necesario conocer los momentos importantes de la evolución del objetivo del estudio, utilizando el método histórico-lógico para crear de esta manera explicaciones de su desarrollo y estado actual, se aplicó la técnica analítico- sintético para la recopilación de datos importantes que ayudaran a la investigación del proyecto, utilizando método inductivo- deductivo se crea una conclusión crea una imagen real que se pretende mostrar en el centro Interpretativo.

## CAPITULO I

### FUNDAMENTOS TEÓRICOS

#### **Definición de Centro de Interpretación**

El concepto de “Centro de Interpretación” según Freeman, es un concepto respectivamente moderno que se crea de la definición de teórico del término “exponer”, del latín *exponere*, significa “la acción de presentar una materia con claridad y bajo un método”; por otra parte “interpretar”, de *interpretare*, significa “revelar el sentido de una cosa”. (2011, pág. 75)

Un centro de interpretación desenvuelve un conjunto de actividades de información con el público cuyo objetivo es dar a conocer y explicar el papel y el significado del patrimonio histórico y cultural mediante la interpretación moderna, con el fin de aumentar la sensibilización del visitante y de hacer más eficaz su subsistencia.

**1.1.1 Importancia:** Da a conocer Avilés que la museografía tiene como objetivo ambas cosas: “Presentar una materia con claridad y método y a la vez desvelar su sentido”. Una cosa es presentar, mostrar, exhibir algo y otra muy distinta es exponer directamente su sentido. Aunque ambas técnicas parecen sinónimos. Cuya función principal es la de abrir un ambiente para el aprendizaje creativo, buscando enseñar al visitante el significado del legado cultural o histórico que exhibe. (2011, pág. 76)

Según Baeyen “Está orientado a explicar cuatro funciones básicas: Investigación, conservación, divulgación y puesta en valor del objeto que lo constituye”. Se interpreta para indicar significados. Arévalo opina que (2004, pág. 53) “Interpretar es traducir el lenguaje técnico y a veces complejo del legado histórico, cultural y patrimonial, a una forma sencilla y comprensible para el público”.(2005, pág. 189)

Interpretar puede entenderse como el arte de presentar al turista un lugar o un objeto, o un conjunto de ellos, para informarlo, entretenerlo y motivarlo a la comprensión de la

---

información que se proyecta. El propósito de la interpretación es dejar en el visitante un entendimiento de por qué y en qué sentido es importante ese lugar y los objetos que se exponen.

### **1.1.2. Funciones de los Centros de Interpretación:**

El proyecto está basado en diferentes funciones que permitan promover el significado del legado cultural, histórico de los bienes que se muestran.

La función principal del centro de interpretación es promover información creativa buscando revelar al visitante el significado del legado histórico de los objetos que se exponen.

Se Concuerta con el autor Gómez que está orientado a cubrir cuatro funciones básicas: Investigación, conservación, divulgación y puesta en valor que lo constituye. Se interpreta para revelar significados.(1997, pág. 35)

Según Barbera da a entender que el centro de interpretación tiene distintas maneras de comunicar como:

- **Recepción y orientación:** En estos centros da la bienvenida, informa y orienta a los visitantes para que disfruten, aprendan y vivan la experiencia durante su visita.
  - **Educación y motivación:** Los centros promueven una educación activa en la que el visitante descubre por sí mismo los aspectos que más le interesan del lugar. Por eso, la información de un centro debe servir para motivar y estimular al visitante en su recorrido.
  - **Difusión de eventos:** Un centro ayuda a difundir las actividades del lugar y al mismo tiempo es su “cara visible”. Por eso, debemos prestar especial atención al mantenimiento de las instalaciones y a la calidad de los servicios en general.
  - **Descanso y refugio:** El centro puede prestarse para que los visitantes se refresquen, además de brindar servicios higiénicos, bebidas y alimentación.
  - **Administración:** Los centros pueden tener oficinas administrativas. En este caso, recomendamos mantener los servicios de uso público apartados de la administración. (1999, pág. 95)
-

### **1.1.3 Principios de la Interpretación**

Según Freeman (2009) sugiere:

- La interpretación del patrimonio debe relacionar los objetos de divulgación, rasgos interpretativos, con algo que se encuentre en la experiencia y personalidad de aquellos a quienes va dirigida.
- La información como tal no es interpretación. La interpretación patrimonial es una forma de comunicación basada en la información, pero se debe tratar además con significados, interrelaciones, implicaciones e interrogantes sobre ciertas cuestiones o materias.
- La interpretación patrimonial es un arte que combina muchas artes para explicar los temas presentados. Debe hacer uso de todos los sentidos para construir conceptos y conseguir reacciones en el individuo.
- La interpretación es un arte que combina muchas artes para explicar los temas presentados. Debe hacer uso de todos los sentidos para construir conceptos y conseguir reacciones en el individuo.
- La interpretación es provocación, debe despertar la curiosidad, resaltando lo que en apariencias es insignificante. (pág. 83)

La interpretación es una representación de todos los temas mostrados que son interconectados dentro de un marco conceptual común. Está dirigida al público universal, pero la información debe tener varias características de cada tipo de público: niños/adultos, intereses, niveles de profundidad, etc.

### **1.1.4 Equipamientos de un Centro de Interpretación**

Para autor Jaramillo afirma que:

“Las infraestructuras y los soportes materiales, fijos o móviles, de diverso grado de complejidad, para atender al visitante. Por si solos no entregan interpretación. No obstante, los equipamientos deben contar con medios o servicios interpretativos, en cuyo caso den mensajes claros al público. Equipamientos fijos para la interpretación son: centro de visitantes, itinerarios o senderos autos guiados, observatorios, sitios dotados de mensajes interpretativos”. (pág. 36)

---

De acuerdo al proyecto la infraestructura cuenta con distintos equipamientos fijos que ayudan al visitante a crear una idea de lo que quiere transmitir al público, ayudados por los senderos y los itinerarios y guías que contara el centro.

## **1.2 Interpretación del Patrimonio**

### **1.2.1. Definición**

De acuerdo con Sánchez explica que “La interpretación del patrimonio es un método que se basa en tres instrumentos fundamentales: investigación, conservación y difusión”. Tiene como finalidad el brindar una explicación del legado cultural, histórico y natural dentro de interpretación, de esta manera es necesario un marco lugar donde la información sea concreta y visible.(2009, pág. 65)

El concepto de interpretación con cordado con Tilden de “Posee una amplia gama de pautas y líneas metodológicas para la comunicación con el público”. Donde cumple con la misión de mostrar de manera que la persona interesada sea capaz de componer sus conocimientos, tanto que en el momento histórico del que formo parte como del entorno al que pertenece. (1957, pág. 105)

**1.2.2 Importancia:**La interpretación es el arte de traducir el lenguaje técnico y complejo del legado histórico, cultural a una forma no técnica, casi oral y comprensible para los que no conocen a cerca de la cultura o ni siquiera están interesados en los fenómenos.

Se coincide con Cunningham que es “un tipo de comunicación muy atractiva, destinada al público en general que se encuentra en forma voluntaria, prevista o casual, en sitios que poseen un valor patrimonial”. Esta comunicación se transmitió en presencia del objeto real, y su finalidad es la revelación del significado del lugar que es visitado”.(2009, pág. 73)

De igual manera es una estrategia de comunicación, exactamente la misma para el patrimonio cultural

- Va dirigida al público general
-

- Tiene metodología muy específica
- Su objetivo es generar una actitud de conservación hacia el patrimonio.

### 1.2.3 Funciones de la Interpretación del Patrimonio

De acuerdo con el autor Tresserras su opinión coincide que la función esencial de la interpretación patrimonial es una comunicación en lugares que explique a los turistas las características de los recursos culturales de un área. (2005, pág. 35)

De esta manera tiene varios tipos:

**Didáctica:** Es un elemento complementario donde los procesos formales de educación y capacitación son para el público general.

**Difusión:** Da a conocer los valores de un espacio patrimonial incentivando a su visita.

**Información- Orientación:** Debe satisfacer las necesidades del cliente con relación a su seguridad, bienestar, disposición; y dar a conocer las posibilidades de participación en los diferentes servicios del lugar.

**Investigación –Conservación:** Es necesario un proceso metódico que permita la toma de decisiones a la hora de intervenir sobre el recurso patrimonial sin alterar sus cualidades.

**Relación con su entorno inmediato:** Es fundamental la transmisión de información, tecnología, que genere conciencia, así el cliente para que las personas que interactúen con el recurso en sus vidas.

## 1.3. Centros Culturales

### 1.3.1. Definición

De acuerdo con el autor Hernández la cultura etimológicamente procede del latín “cultus” que simboliza cultivar en sentido cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales

---

del hombre. Está de por medio en el que interviene el hombre para transformar aquello que se da de manera natural y logra un mejoramiento cuantitativo o cualitativo. (1997, pág. 76)

La cultura una especie de tejido social que incluye las distintas formas de expresiones de un grupo social, creando normas de proceder, maneras de vestir, costumbres, prácticas rituales son aspectos que vienen inmersos en la cultura.

### **1.3.2 Importancia de la cultura**

Según Jaramillo “La cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman”.(1999, pág. 56)

Desde otra aspecto se puede decir que la cultura es toda la información y habilidades que conserva el ser humano. El concepto cultura es fundamental para el estudio de cambios y diferentes disciplinas en la sociedad actual.

Para Cunningham “La cultura, a través de sus distintas expresiones y prácticas, en especial la lengua, representa, vincula, enriquece, mezcla y consolida la estructura que sostiene y hace funcionar la formación socioeconómica de una sociedad determinada”.(2009, pág. 86)

Para lograr el progreso, con identidad y el buen vivir, son necesarios los valores de la cultura para que la vida, la armonía y la complementariedad se realicen armónicamente en beneficio de las comunidades y naciones. La cultura puede transfigurar el contexto local a favor de un cambio económico, medioambiental y social equitativo.

De acuerdo al con pensamiento del autor Herman la cultura es un proceso activo mediante el cual los grupos humanos responden a sus necesidades colectivas presentes, involucra la lengua, los valores, las conductas, las normas e instituciones ; Las memorias personales y colectivas que dan sentido y sin las cuales no hay existencia humana; los saberes y capacidades humanas. Por consiguiente, las extensiones de la cultura se exteriorizan en la política, la economía y la vida social en general.(1997, pág. 35)”

---

Según De la Rocha da por entendido que “Vivir bien por tanto no puede vincularse solamente al ingreso por capital o crecimiento económico”, debe incluir los valores, las normas, las ideas y el conducta que faciliten la armonía entre los seres humanos y la Madre Tierra”. (1999, pág. 93)

La cultura y el lengua constituyen el esenciaprimtivo con el que las generaciones vivas reciben los provocaciones del presente y renuevan su legado ancestral. La cultura permite tener una visión global y más amplia de las cosas, permite tomar mejores decisiones, deducir y descartar hipótesis de forma más rápida, eficiente y asertiva, también admitecomenzar relaciones con diferentes tipos de personas.

De acuerdo con el proyecto de investigación nos ayudara a entender más de la cultura que se establece vínculos esenciales con el desarrollo económico y humano, y con la formación de capital social. Además Myrna expone que al “Pasar a formar un rol de primer cuando se le considera como una alternativa de inclusión, de expresión social y de fomento de las cualidades intrínsecas de los individuos”. De esta manera la cultura forma un determinado individuo en su perfil intelectual, social y humanamente a sobrellevar a crear nuevas cosa en su entorno.(2009, pág. 78)

Por este motivo cabe enmarcar que cada ser humano debe conocer se cultura, respetarla y darla a conocer hasta en el lugar más remoto en que se encuentre, sin olvidar sus raíces y el país que lo vio nacer.(1980, pág. 18)

### **1.3.3 Importancia De Centros Culturales**

Reconoce el autor Hernández (1997, pág. 72)

”El centro cultura permite tener una visión global y más amplia de las cosas, permite tomar mejores decisiones, inferir y descartar hipótesis de forma más rápida, eficiente y asertiva, también permite entablar relaciones con diferentes tipos de personas como por ejemplo, mantener una conversación interesante”. (1997, pág. 72)

La cultura establece vínculos esenciales para formar un rol de primer cuando se le considera como una alternativa de inclusión, de expresión social y de fomento de las

---



cualidades intrínsecas de los individuos.

Para Guzmán,

“La cultura forma un determinado individuo en su perfil intelectual, social y humanamente conllevándolo a crear nuevas cosas en su entorno. Por tal motivo debemos tener nuestro sello y a la vez nuestra propia esencia debido a que por el simple hecho de nacer en una determinada nación existen elementos que forman parte de nuestra vida, por lo tanto exige lo que se llama fidelidad y no adquirir otras culturas existiendo “la transculturización” (2010, pág. 23)

Por este motivo el proyecto debe enmarcar en cada ser humano debe conocer su cultura, respetarla y darla a conocer hasta en el lugar más remoto en que se encuentre, sin olvidar sus raíces y el país que lo vio nacer para de esta manera cumplir con la centralidad del objeto, los centros culturales son la clave para el desarrollo social y en la calidad de vida del lugar. Un centro cultural ostenta a un tiempo la doble condición de instrumentos, arte, artesanía que dan un valor simbólico que alberga la actividad humana.

### **1.3.4 Estructura De Un Centro Cultural**

Según De la Torre da a entender que:

” La estructura de un centro cultural se modifica según el caso. Los centros grandes tienen auditorios con escenarios, bibliotecas, salas de computación y otros espacios, con la infraestructura necesaria para dictar talleres o cursos y ofrecer conciertos, obras de teatro, proyección de películas etc.”(1980, pág. 32)

Los centros culturales se pueden clasificar en espacios de cercanía o de centralidad, según su ámbito ya sea demográfico o geográfico ya que, son puntos de encuentro relevantes y de importancia, donde la gente se reúne para conservar tradiciones y desarrollar actividades culturales.

---

## **1.4.- TURISMO**

### **1.4.1 Definición**

De acuerdo con el autor Moreno la palabra turismo, etimológicamente considerada se deriva de la palabra latina “*tornus*” que quiere decir rotación o movimiento y la cual acogieron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, empleándola al “turismo”. (1997-2014, pág. 25),

Cuando se ofrece un desplazamiento turístico, es un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer a diferentes lugares, se les invita a participar de un “tour” a determinado destino.

### **1.4.2.Importancia**

Se concuerda con el autor Rocha que el turismo comprende las actividades que realiza la persona durante los viajes de negocio a distintos lugares al entorno habitual, de acuerdo con la OMTson viajes con un instante de tiempo próximo a un año o inferior a eso, con motivos turísticos de ocio, por negocio o por cualquier diferente actividad. (2001, pág. 15)

Reconociendo de esta manera que el turismo es una de las actividades que los turistas realizan, ya sea de trabajo o de ocio, pero siempre salen de su lugar habitual a otros lugares donde su estancia es inferior a meses. (1980, pág. 53),

Para la UNWTO “Organización Mundial del Turismo” “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia. El turismo es, una forma particular de emplear el tiempo libre y de buscar recreación. (2014, pág. 12)

---

### 1.4.3 Turismo Y Cultura

Las ideas que tiene González concuerdan con el pensamiento de plantear que el turismo es aquella expresión social en donde un grupo de personas se trasladan de forma voluntaria y temporal motivadas por actividades no lucrativas de recreación, descanso, cultura o salud, en donde se genera una importante mezcla económica y cultural”. (2003, pág. 15)

Es por eso que se afirma que los aspectos culturales han ido de la mano con los turísticos debido a que el turismo ha sido un fenómeno social de extensa tradición.

Según el autor Lavaur

“Los primeros en andar de un sitio a otro con el objetivo de conocer y ver curiosidades fueron los peregrinos mientras los que realizaban romerías eran quienes iban con un fin religioso, no obstante, las motivaciones de viajes no fueron la admiración de artes ni lo monumental en los primeros periodos del turismo. Señala que durante el desarrollo turístico en las décadas de los 50 hasta los 70, los principales motivos de viajes eran por descanso y diversión, sin embargo entrando a los años 80 los turistas comenzaron a cambiar las motivaciones en sus viajes, siendo estos tan diversos como los de deporte, negocios, por interés cultural, realizar compras, entre otros”. (1974, pág. P.57),

Debido a los numerosos motivos de viajes, tuvo que segmentarse el mercado del turismo de manera que el turista se sienta satisfecho de acuerdo a sus necesidades, tomando en cuenta estas variables al momento de cambiar o elaborar productos turísticos.

Por ello, el turismo cultural forma parte de la segmentación del turismo, siendo un tipo de tipo de turismo que tiene por finalidad conocer, sitios históricos y situaciones culturales variadas de un área específica. Por otro lado, se concluyó que el creciente de turistas que visitan el territorio se sintió atraídos por condiciones de carácter arquitectónico y cultural, es por eso que se decidió optimizar la imagen de este destino turístico revalorizando sus riquezas culturales y patrimoniales.

En un informe realizado por Manzanoconcuerda que la “La segmentación del sistema turístico ecuatoriano realizado por se concluyó que el turista cultural se caracteriza por ser una persona que le interesa experimentar y respetar la comunidad local.” (2011, pág. 19)

---

También dogmatiza que las actividades culturales son añadidura de los otros tipos de turismo que ofrece el Ecuador. También se notó el incremento la directriz por visitar centros culturales por parte de turistas y residentes. A su vez existe unaparticipación positiva al turismo por relacionarse en aspectos culturales del destino, en donde la población residente tenga concientización de la cultura.

Para poder establecer un plan para el delineamiento de la información, identificaron las dificultades que tenían los artesanos, el turismo y las necesidades de los turistas para después poder tomar la mejor decisión en cuanto a los medios gráficos que se utilizaran para la correcta difusión y promoción de las mismas. Al mismo tiempo, se recopiló información para posteriormente ordenarla y actualizarla con el fin de utilizarla e ir creando un sistema para plasmar las principales artesanías.

Siguiendo con la representación, el estudio mencionado en lo anterior concluyó en que a través de un medio gráfico se transmita información atrayente para el público general, folletos donde se difunda y también se promocioe los procesos de elaboración incentivando de esta manera a conocer el pueblo y sus artesanías, estableciendo así un enlace entre el turismo y la cultura, que permita fomentar el turismo y ayude al artesano, sin embargo se adapta a cualquier público que quiera saber de las principales artesanías.

Con la promoción se persuadía a los visitantes, para crear interés por conocer más acerca de los procesos artesanales, esto conlleva a que los artesanos e intermediarios tendrán mejores oportunidades de ventas y a la vez un reconocimiento del trabajo realizado.

## **1.5. CULTURA**

### **1.5.1. Definición**

De acuerdo con autor “El concepto de cultura hace referencia al conjunto de condiciones dentro de las cuales puede vivir unacolectividad o una especie. De acuerdo con esto plantea que la cultura es el hábitat compuesta del hombre. Artificial porque el ser humano nace en

---

una sociedad donde se desarrolla y trabaja en medio de unas condiciones creadas por los seres humanos”. (2007, pág. 18),

De esta manera el hombre, desde que nace, lo hace dentro de una cultura, se incluye dentro de un sistema de vínculo, usa un lenguaje, tiene cierta cosmovisión, unas creencias,; participa de costumbres alimenticias y tradiciones. Está rodeado objetos atodo esto se lo llama cultura.

### **1.5.2 Importancia**

El hombre ha transformado la naturaleza; pero también ha dejado su huella en las personas. Esto explica que la personalidad del habitante de la sierra sea diferente al de la costa al mismo tiempo, las expresiones culturales son el resultado del dialogo que son realmente diferentes.

Para acuerdo al autor Martínez “La cultura es el resultado de un dialogo muy activo y enriquecedor entre el ser humano y la naturaleza y las otras personas. Y como en todo dialogo, hay influencias mutuas.”(2007, pág. 23)

Dentro de la cultura, una de las principales manifestaciones corresponde a las artesanías, tanto que se puede decir que el Ecuador es un país de tradiciones artesanales insuperables. Cada comunidad, cada región o provincia han desarrollado a lo largo del tiempo, ciertas directrices artesanales.

### **1.5.3 Cultura Otavaleña**

Según el autor “Da a entender que la comunidad indígena Otavaleña que a logrado en el ecuador mantener su propia filosofía en el contexto económico, social y cultural es la de los Kiwchas-Otavalo”.(1990, pág. 78)

La característica principal su iniciativa, por el con ambiciosos sentido del comercio y del negocio. Se aprecia con exactitud la presencia del primer hombre que piso suelo y fértiles tierras, algunos miles de años sin lugar a dudad dejan testimonios del asiento en la

---

territorio, mismos que representan hasta el hoy en días por testimonios arqueológicos; se sabe que la interacción de los primeros grupos se organizó cada más cuantiosos regulando la existencia social del diario vivir con mecanismos que permitieron el surgimiento de identidades colectivas particulares sobre un substrato de comunidad regional.

“Cuando hablamos del apareamiento de la comunidad de Otavalo, nos introducimos en múltiples investigaciones, monografías, crónicas, artículos y reportajes que no logran definir con exactitud su origen”. Sin embargo, en su estudio "Notas de Prehistoria e Historia Ecuatoriana", mantiene que los vestigios arqueológicos más antiguos trabajados por manos hábiles y persistentes, datan de unos 10.000 años de antigüedad, los mismos que fueron encontrados en la Sierra Norte de Quito”.(1987, pág. 12),

De acuerdo en su obra "Los aborígenes de Imbabura y Carchi", sostiene que las tribus que poblaban Imbabura y una buena parte de lo que es hoy Ecuador, descienden de la linaje Antillana, procedente del Caribe, que llegaron a estas tierras a través de los ríos Marañón y Napo”.(1908, pág. 11)

Por otra parte, el hombre Otavaleño proviene de poblaciones que migraron del caribe y que llegaron a tierras altas de lagos y montañas atravesando la cordillera occidental. A pesar de esta variedad de interpretaciones, en cuanto al origen de las colectividades: Imbayas, Sarances y Otavaleña, se pudo afirmar que en un momento de la migración, fueron interactuando grupos de cazadores-recolectores, por la necesidad de subsistir, lo que generó, en un segundo momento, un conocimiento del medio, de las plantas a tal punto que desarrollaron sistemas de agricultura, de irrigación, domesticación de animales y, en una forma lenta y paulatina, empezaron a producir ricas expresiones artesanales, alcanzando niveles elevados de organización y de producción.

Para Larrea argumenta (1987, págs. 18-19)

“Estas formas de organización de los Imbayas, Sarances y en especial las de Otavalo, fueron codiciadas por los Incas, quienes comandados por Túpac-Yupanqui, avanzaron hacia Atuntaqui, Cayambe, Otavalo, para dominarlos, cosa que no fue fácil, ya que Hualcopo y Caranqui, junto con Caciques de Cayambe y Otavalo, organizaron una resistencia inquebrantable que duró

---

aproximadamente 17 años. Seguidamente de las guerras incásicas llegó la invasión española, donde organizaciones indígenas de Cayambe, coordinadas y dirigidas por los caciques Píntag y NazacotaPuento, debilitaron las agresiones de los invasores”.

A pesar de todos estos esfuerzos, en 1534 se da lugar la fundación española con asiento en Otavalo, probablemente en la parcialidad de Santiaguillo. Se puso como límites: al norte, la provincia de Pastos, al sur el río Pisque, al oriente San Miguel de Sucumbíos y el territorio de los Mocoas y por el occidente la antigua provincia de Atacames, hasta la unión de los ríos Guayllabamba y Llumiragua”.(1987, págs. 18-19)

Los interés se registrantanto de los Incas como de los españoles eran despojar comunidades organizadas y productivas, es así como Otavalo fue vista como una fuente interminable de riqueza, por su agricultura y por el desarrollo de las artesanías. Por un lado, los Incas introdujeron el sistema de Mitimaes para compensación de conocimientos, certificando de esta manera la producción, por otro lado, los españoles produjeron todas estas formas de organización e realizaron mecanismos de explotación generadores de riqueza.

#### **1.5.4. Preservación de la cultura**

Según Oña (1990, pág. 18)

“La preservación de la cultura Otavaleña según los Otavaleños es un grupo de humano inteligente extraordinaria, supo superarse por el influjo decisivo de la escuela primaria. La escuela les enseñó a leer y a escribir y esto fue suficiente para que con sus propias manos y fuerzas haga el resto, es decir, sobreponerse al medio ambiente y sus limitaciones”. Su primer intento fue aprende a leer para no dejarse robar por el “blanco”, pero luego fueron más allá. Aprendieron el español para conquistar al “blanco” y en esta conquista se halla hoy triunfante y magnifico, porque de los distintos partes del mundo viene a Otavalo, a la feria del día sábado, a conocer, conversar sueltamente con la gente Otavaleña, mientras ellos aprovechan vendiendo sus tejidos hermosos, exclusivos y originales”.(1990, pág. 18)

A pesar del paso del tiempo la cultura Otavaleño no se suprime, al contrario con el paso del tiempo su cultura revive, y toma sus tradiciones como una reliquia incalculable que ayuda a la sustentabilidad de la cultura Kiwcha.” El indio Otavaleño no solo produce tejidos de

---

calidad y de buen gusto, sino que recorre incansablemente todo el Ecuador vendiendo sus tejidos, que los lleva al hombre, no busca intermediarios y personalmente busca cliente”. (1999, pág. 45)”

No se puede contender que en todo el Ecuador se encuentran tejidos hechos por el indio Otavalo. Esto lo pueden apreciar en todas partes, no importa el clima ni donde estén lo encontraran.

Se concuerda con la idea del autor Hernández la diferente particularidad del indio Otavaleño “Es la de su honradez inmaculada, porque sabe que este requisito es parte de un buen negocio y es base de su buen prestigio”. Pero sin duda, su mayo honradez, es la del cumplimiento de su palabra, porque en su juventud, cuando busca a su compañera de toda su vida, primero la enamora a empellones y tirándole guijarros. Luego le quita la fachina. Entonces se hará el pedido de los padres de ella, con el acompañamiento de toda su familia. Aceptado este pedido, el Alcalde de la comuna les por los rosarios y se casan. El matrimonio ante el Registro Civil y luego ante la iglesia, se los cumplirá posteriormente como cuestión secundaria. Una vez casado, el indio es fiel, es hogareño. Quiere mucho a su mujer y a sus hijos se cuida de educarlos convenientemente. Trabajan todos en los tejidos y otras actividades de la casa.(1997, págs. 12-14)

Desde el pre incario el indio Otavaleño tenía fama de tejedor. Los Sarances fueron admirables. Cuando llegan los españoles, se beneficiaron de sus habilidades técnicas, para abastecer con sus telas a las real Audiencia de Quito.El indio Otavaleño ha mantenido por centenares de años el reputación de sus tejidos como buenos y admirables que, se exhiben en exposiciones internacionales, profesionalización del indio Otavaleño en la industria textil confeccionada, ha hecho que hoy en día tenga, como ningún grupo indígena del Ecuador, solvencia económica suficiente. Su actividad y creatividad combinado con su originalidad no tienen competencia.

---



## **1.6. TRADICION**

### **1.6.1 Definición**

Se concuerda con el autor Espejel que “Tradición es todo aquello que se generó en la antigüedad y, considerándose como un legado para las generaciones siguientes”. Se considera tradición a los valores, creencias, costumbres, procesos y formas de expresión artística característicos de una comunidad en especial aquellas que se transmiten con los años. Lo tradicional coincide con la cultura, folklore o sabiduría popular.(1972, pág. 10),

Las tradiciones son los conocimientos, leyendas, mitos, artesanía, procesos, juegos y costumbres que han transmitido de generación en generación durante un periodo de tiempo o época, vinculados con el pasado con el presente y el futuro.

### **1.6.2 Tradiciones en el Cantón Otavalo**

Otavalo de acuerdo al autor Ramos es una región multiétnica y multicultural. Los principales grupos étnicos los conforman los Kiwchas Otavalo, Cayambi, los mestizos y un menor número de afrodescendientes”. Da a entender que el idioma oficial que es el Español, como segundo idioma el kiwcha conocido como Runa Shimi. (2000, pág. 25) “

La tradición y costumbre que se practica en el diario vivir de este pueblo son el resultado de un proceso socio-histórico en el que se han dado ajustes, equilibrado. Las costumbres y tradiciones que hoy se practican son mucho más que ritos, música o danza considerados como manifestaciones folclóricas. Se esparce al arte en sus múltiples expresiones, como la creación de artesanía hecha a mano, a la vestimenta, a los juegos, a la agricultura y al trabajo cotidiano que el pueblo indígena comparte en espacios que permiten ir fortificando las amistades interétnicas y facilitando la interculturalidad en favor del desarrollo de los pueblos.

Para Romero (2001, pág. 72)

---

“El indígena Otavaleño es comunitario, con gran sentido colectivo. La "minga", trabajo comunal sin remuneración con el fin de ayudar a un vecino, amigo o pariente para la edificación de una casa o construcción de una acequia (canal de riego), demuestra este espíritu comunitario.

Las comunidades Otavaleñas se reúnen y nombran de entre los varones al jefe o Alcalde, quien se convierte en la suprema ley, la persona de mayor prestigio y nivel social, legaliza matrimonios y uniones libres: tiene más autoridad que los representantes gubernamentales y es la voz del pueblo frente a estos. La ceremonia matrimonial consiste en un intercambio de rosarios de los familiares y vecinos de los novios, quienes arrodillados y con gran solemnidad, escuchan los consejos del Alcalde, que les habla de los hijos, la honradez y el trabajo: luego de esto les da su bendición y pueden casarse por el registro civil (legalmente) y por la iglesia. Si en un futuro tienen problemas, el Alcalde los reprende y arregla la desavenencia”. (2007, pág. 13)

Se registra que las tradiciones Otavaleñas siguen viva, por el número de habitantes indígenas que aun simpatizan, y da como legado a su pasado donde las consecuencias de su trabajo y manera de mirar las cosas, se asimilan a su pasado, se puede decir que en Otavalo la tradición es viva desde sus raíces.

## **1.7. Vestimenta**

Los indígenas de Otavalo y sus alrededores se diferencian de las demás comunidades por la manera de su vestimenta en todo el Ecuador.

### **1.7.1 Vestimenta de la mujer indígena**

Se concuerda con el autor Romero que el elegante traje de la mujer consta de una larga camisa de lienzo blanco, adornada con bordados de motivos florales multicolores hechos a mano a la altura del pecho, la espalda y las hombreras, con anchos encajes en el escote y en las mangas, dos anacos de paño, uno blanco y otro azul marino o negro, son piezas de tela rectangular a modo de falda que la sujetan con una faja o chumbi como se le denomina en quichua. Se lleva envuelta a la cintura sobre otra más ancha, de color rojo, llamada mama chumbi, las dos sostienen el anaco. Las fajas miden entre 2.70 y 3.30 m. de largo; el ancho va entre 3,5 a 4.5 cm. Las más anchas son las que llevan un motivo decorativo adicional, a

---

modo de greca lateral. Se complementa el atuendo femenino con una serie de gualcas (collares dorados), manillas (pulseras de coral o de material plástico), anillos y aretes donde resaltan piedras de colores, facha Lina (capa) que se lleva anudada sobre los hombros, un rebozo de paño de colores fucsia o turquesa, cintas que usan las mujeres indígenas para envolver su cabello como si estuviera trenzado, alpargatas con capelladas azul marino o negras.(2001, pág. 42)

Cada una de las prendas que las mujeres indígenas utilizan tiene un significado de su ancestro, que al pasar del tiempo van acoplándose a la modernidad sin cambiar el contexto de su origen.

### **1.7.2 Vestimenta Hombres indígenas**

Nos a conocer Oña (1990, pág. 27) que:

“La indumentaria del hombre indígena es muy sencilla consiste en un sombrero de paño por el que sobresale su largo cabello en una magnífica trenza como rasgo de identidad. El mismo que constituye el más elegante complemento de la indumentaria del indio, del mestizo, así en el parque, como en el campo. El pantalón de color blanco es corto a la altura de los tobillos, la camisa es sencilla también de color blanco aunque puede variar, llevan un poncho de lana típico en los indígenas que le sirve para protegerse del frío y del calor preferentemente de color azul y su calzado son las alpargatas de color blanco”.(1990, pág. 27)

La manera de vestir de los hombres es muy distinta a los mezclados, ellos tratan de utilizar productos, que les protejan de los diferentes climas que existen en el Ecuador, eso quiere decir que su indumentaria lo puede utilizar en cualquier clima.

## **1.8 Artesanía**

### **1.8.1 Definición**

Se concuerda con el autor Encalada que “La artesanía, es un mensaje específico del creador, tiempo y circunstancia, que están implícitas en sus obras, donde la naturaleza juega un papel de suma importancia”, de esta manera se da el origen necesario para hacer vivir,

---

previendo de los materiales suficientes para tan fin educación pública.(1972, pág. 10; Encalad.V, 2007),

La artesanía es una término que lleva consigo la identidad y tradición local, también afirman que las artesanías es una facultad de creación de ingresos nacionales si se toman iniciativas que relacionen a la identidad de grupos indígenas.

Para el autor Moragas manifiestan “La artesanía es la creación de tradiciones populares, que se refleja en la elaboración de sencillos objetos para uso doméstico, decoración, para ornato personal y uso festivo o religioso” .Tanto para los productores de objetos de arte popular como para los consumidores, Según Hernández (2002, pág. 56) “señalan que las artesanías guardan un valor simbólico, siendo las representaciones de grupos que los fabrican”. (1999, pág. 18)

Por eso ha brotado la necesidad de propagarestostrabajos con el propósito que se mantenga como símbolos que simbolizan a un pueblo, región o país.

Según el autor Herrería (2002, pág. 18)

“En su libro Ecuador, un país en imágenes, indica que los artesanos ecuatorianos son capaces de transformar las materias primas, tales como utilizar el mazapán para convertirlas en figurillas representativas del país, entre otras, que pueden ser de carácter ornamental o utilitario”. Por lo tanto se puede alegar que existe una gran variedad de objetos elaborados a mano en los cuales se plasma la creatividad tales como sombreros, joyas, ponchos, tejidos, y más, ofreciendo así, una vasta gama de productos artesanales desde los de elaboración más sencilla hasta los de mayor acabado.(2002, pág. 18)

Por estas razones este proyecto se destaca en dar a conocer de las asombrosas artes que ofrece el país, para que de esta manera las personas que obtengan estos objetos artesanales tengan un mayor interés y una idea más clara de lo que personifican, llevándose consigo una fragmento del país ya que no todas las personas no han tenido la oportunidad de viajar por los diferentes partes del Ecuador para apreciar de manera más cercana las diferentes expresiones culturales que son plasmadas en sus artesanías.

---

Como lo mencionan el autor Villaoque existe un vínculo directo entre el turismo y las artesanías ya que los mercados artesanales son sitios obligados de visitas convirtiéndose de esta manera en atractivos turísticos. Para ello se pueden aplicar tácticas con el afán de suministrar información de las artesanías y su valor cultural como un aporte a sus visitantes. (2011, pág. P.25)

Luego de un análisis realizado por el grupo de trabajo de mercadeo para el PLANDETUR 2020, dentro de las líneas de productos y variedades de productos específico del Ecuador, se ubicó a los mercados y artesanías dentro del Turismo cultural del Ecuador. El turismo se ajusta al proyecto en donde presenta una relación entre lo que los turistas demanda versus los productos turísticos que se ofertan, en donde la fusión de estos , produce lo que llamamos experiencia turística el cual sigue el ciclo a través de los impactos económicos, socioculturales, ambientales y políticos siendo un sistema dinámico (pág. 14)

### **1.8.2.- Artesanía e identidad**

Se concuerda con el pensamiento del autor Encalad que “La, globalización borra las fronteras, pulveriza los límites y las salvaguardias”. El mercado global trata de agrupar el mundo para un tipo único de consumidor. En medio del riesgo que simboliza la pérdida de la identidad, y el resultante anonimato global, las artesanías son un escudo y un dique para que los pueblos traten de defender su identidad y su sabiduría.(Encalad.V, 2007, pág. 73),

Las cosas hechas a mano tienen un recato y un valor práctico que nunca alcanzar los objetos que salen de fábrica, y que llevan el sello de igualdad, lo repetitivo y la urgencia por convertirse en dinero. De esta manera tratan de proteger las expresiones artesanales, los saberes populares y todas las memorias que transparentan el alma del pueblo Otavalo.

### **1.8.3.- Artesanía industria y arte**

Según Vásquez (2003, págs. 72-75)

---

“Los avances tecnológicos han evolucionado con persistencia, en algunos casos han producido auténticos saltos como la Revolución Industrial que hace honor a este apelativo por el enorme impactó, no solo en este campo, sino en la organización social, política y económica. Las nuevas técnicas se aplicaron inicialmente a la producción y transporte. Se produjo un inusitado crecimiento de la población urbana con la consiguiente disminución en el campo, se expandió la educación formal a causa de la de las exigencias requeridas por los nuevos tipos de trabajo, la comercialización se acrecentó en proporcionar gigantescas con la consiguiente necesidad de encontrar nuevos mercados. Surgió y luego se robustecieron las organizaciones de trabajadores para plantear reivindicaciones relacionadas con mejoras de las condiciones laborales, incluidas las salariales y se hicieron planteamientos ideológicos vinculados a la organización de la sociedad y el papel del estado en la producción y la distribución de la riqueza”.(2003, págs. 72-75)

La meta de la industria, que define el autor Vásquez (2003, pág. 118)

“En su primera etapa por lo menos, era producir objetos utilitarios lo más eficientes posibles para cumplir las funciones para las que fueron hechos, si estéticamente eran bellos o feos no tenía importancia. Esta proyección de la industria dio lugar a que las bellas artes- de manera especial las plásticas en rumben su desarrollo como alternativa contrapuesta a la industria. Aspiran a ser piezas únicas como respuesta a la producción de en serie. (Vasquez, 2003) Tienen el propósito único de ser portadores de la belleza expresada por sus creadores y deleitar a los contempladores agotándose en lo estético”.

El afán de extravagancia llega a veces a niveles extraños proyectándose algunos artistas la imagen de personas excéntricas que hacen gala de actuar contra los usos y costumbres propios de la sociedad industrial, que veían en este fenómeno la solución a todos los problemas en el mundo, calificaron a las artesanías como” especie en decadencia y anunciaron su desvanecimiento arrollada por los avances de la industria. Al escasear los objetos artesanales de la estrictez de los industriales se generalizo la idea de equiparar artesanía con algo mal hecho y, desde el punto de vista la perspectiva de los artistas se hacía a las artesanías la consentimiento de mirarlas como piezas de arte segunda, ajenas a la genialidad que poseían las obras de arte propiamente dichas. (2003, págs. 72-75)

La polarización de la industria y el arte, las artesanías corren el riesgo de convertirse en “tierra de nadie”. Carecen de la eficiencia materialista de los objetos nacidos de la industria

---

ni se agitan en el contenido estético como las obras de arte. No tienen la funcionalidad de las primeras ni la originalidad de las segundas.(2003, pág. 45)

#### **1.8.4.- Artesanía, Identidad y Globalización**

Para el autor Richman :

“En los primeros años del tercer milenio, las artesanías subsisten y las profecías relacionadas con su extinción pierden cada vez más credibilidad, se han adecuado a los cambios que los valores, usos y costumbres de las culturas establecen y su aceptación los diferentes niveles de desarrollo se mantiene. Si nos atenemos a su funcionalidad utilitaria, ni de lejos puede competir con la industria. La innovación tecnológica como el uso de la energía eléctrica y el gas para cocinar han desplazado a las antiguas ollas de barro que estaban diseñadas por su forma para que la llama abrace su volumen; la enorme demanda de prendas de vestir ha hecho que las procedentes de fábricas limiten a espacios muy reducidos las hechas a mano y a medida y gusto de cada cuerpo”.(pág. 158)

Las artesanías en tiempos actuales responden a apetencias de seres humanos con contenidos atractivos, presencia de la mano de obra y el cerebro humano, además tiene adjunto información cultural en los diferentes productos.

Las artesanías han coexistido lo utilitario y lo estético. Las artesanías se acercan cada vez más al universo de lo lujoso que las personas siempre lo buscaran sobre todo en las clases medias y desarrolladas.

Se concuerda con el autor Vásquez que hoy en día la globalización es un fenómeno que avanza con paulatina fuerza al margen de si nos gusta o nos disgusta con intranquilidad se piensa que se marcha hacia una homogeneización de la especie condesciende. Las artesanías dan mayor importancia a lo que ha sido garantizado por la experiencia del pasado, y existiendo la cultura en el sentido antropológico del término algo que se ha hecho, son estos objetos acarreadores de identidad permaneciendo aquí uno de sus encantos y atractivos, pero por darle especial importancia no podemos despreciar los contenidos culturales”. (2003, pág. 75)

---

Las artesanías apunta a la vinculación con el ser humano en el transcurso de elaboración es con el proyecto se vinculará a los artesanos la creación de artesanías donde sobre salga la importancia de su producto y fabricación a pesar que las maquinarias hoy en día este tratando de opacar al producto hecho a mano, los productos manufacturados siempre tendrán la aceptación en grupos sociales como altos y medios que buscan productos preferenciales.

## **1.9.- MUSEOLOGIA Y MUSEOGRAFIA**

### **1.9.1 Definición y evolución**

Según Lightowler(2010, pág. 13)

“La museografía y museología es una primera aproximación al significado de museografía se puede realizar a través de la propia palabra, que incluye en su composición el vocablo” graphein”o “descripción “es decir, “museografía” es la descripción de museos”.

Este término, como técnica que se ocupa de los museos, aparece empleado por primera vez en 1727, en el trato de latín Museografía u orientación para el adecuado concepto y conveniente colación de los museos o cámaras de curiosidad. Esta obra, escrita por Gaspel el primer tratado museográfico y museológico que existe y corresponde al afán de un hombre ilustrado, ofreciendo una serie de consejos prácticos a los coleccionistas para la consecución de un museo ideal.(1999, pág. 79)

Lo cierto es que la historia de ambos conceptos, museográficos y museología, fluyea partid de un terminante punto porque el origen histórico de la museología se ennoblece a la necesidad de respuestas que, los grande aficionados tenían con respecto a aspectos coherente con la conservación y mejor exhibición de la colecciones de sus productos.

---



## **1.10.- Marco legal**

### **1.10.1.- Pasos previos a la creación de la empresa**

Precedentes a la creación de la empresa son los siguientes:

- Constituir la empresa como Compañía limitada.
- Registrar la empresa previamente constituida en la Superintendencia de Compañía.
- Registrar el nombre comercial en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI-
- Obtención del R.U.C en el servicio de Rentas Internas.
- Permisos Municipales: Uso de suelo, Patente Municipal.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Permiso del Ministerio de cultura.

### **1.10.2 Ley de compañías**

En el artículo de la superintendencia de compañías

**Art92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas que solamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que añadirán en todo caso, las palabras” compañía limitada” o su correspondiente abreviación. Si se utiliza una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como “comercial” o “industrial”,etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.(pág. 3)

---

**1.10.2.1.-Tipo de sociedad: Compañía de responsabilidad limitada**

**1.10.2.2.- Situación jurídica:** La sociedad una vez constituida forma una personaría jurídica es la persona asignada por la junta d accionista para ser la persona jurídica que se encargara de trámites legales de la empresa.

**1.10.3.- Registrar la empresa previamente constituida en la Superintendencia de Compañía.**

La empresa debe registrarse en la Superintendencia de Compañías la información de la compañía limitada en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir la empresa se requiere que sea mediante escritura pública, previo mandato se la Superintendencia de Compañías será inscrita en el Registro Mercantil. (pág. 5)

La escritura de fundación contendrá:

**Requisitos:**

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato
  2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
  3. El objetivo social, debidamente concretado;
  4. Su denominación y duración;
  5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviese dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
  6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a estos y la parte de capital no pagado;
  7. El domicilio de la compañía;
  8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
  9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
  10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
  11. Las normas de reparto de utilidades;
-

12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente;

13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.(pág. 5)

#### **1.10.4.- SRI: Registro Único de Contribuyentes:**

Para el servicio de rentas internas le emita un Número de RUC a una empresa se requiere:

1. Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (Debidamente firmados por el representante legal).
  2. Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
  3. Original y copia de las hojas de datos generales otorgados por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos Jurídicos y accionistas).
  4. Original y copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
  5. Ecuatorianos: originales y copias de la cedula vigente y original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentara el certificado de no presentación emitido por el Consejo Nacional Electoral o Provincial.
  6. Extranjeros residentes: original y copia a color de la cedula vigente.
  7. Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, Luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionista y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntara también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
  8. Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentara cualquiera de los siguientes: original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.(pág. 8)
-

**1.10.5 IEES:**

Para la emisión del número se requiere utilizar el sistema de la historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IEES en línea la opción Empleadora podrá: (2014, pág. 1)

1. Actualizar de Datos del Registro Patronal
2. Escoger el sector al que pertenece (privado, público y domestico),
3. Digitar el número del RUC y
4. Seleccionar el tipo de empleador.
5. Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

1. Solicitud de entrega de la Clave ( registro)
2. Copia del RUC(excepto para el empleador domestico)
3. Copias de las cedula de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
4. Copias de pago de teléfono o luz
5. Calificación artesanal si es artesano calificado.(2014, pág. 1)

**1.10.6 Patente Municipal**

Toda persona natural o jurídica que realice actividad productiva, industrial, financiera y de servicio, que opere periódicamente en el Cantón de Otavalo, así como las que practiquen cualquier actividad de orden económico.

- Original y copia de certificado de seguridad emitido por el cuerpo de Bomberos
  - RUC actualizado
  - Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
  - Copia de la cedula y certificado de votación.
  - Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta el 31 de diciembre de cada año.
-

### **1.10.7.- Certificado de seguridad del Cuerpo de Bomberos**

Todos establecimientos están en la necesidad de conseguir el referido certificado, para lo cual deberá obtener un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y número de extintor dependerá de las extensiones del local.

#### **Requisitos:**

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigencia
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado
3. Carta de autorización a favor de quien realiza el trámite
4. Nombramiento del representante legal si es compañía
5. Original y copia de la calificación anual, hasta el 31 de diciembre de cada año.
6. Señalar dimensiones del local.

### **1.11.- Impactos turísticos**

#### **1.11.1 Definición**

Para UNESCO “Los impactos turísticos pueden ser positivos y negativos y dentro de este fenómeno turístico se puede analizar dichos impactos en función de tres dimensiones: impactos económicos, impactos ambientales e impactos socioculturales”. (1982, pág. 3)

#### **1.11.2 Impactos Económicos Del Turismo**

La actividad turística concertando con autor Rubianobusca “Contribuir al progreso de la economía del destino turístico y se puede calcular en cada país, a través de ponderaciones de pagos, considerándose esta actividad en una exportación de servicios.(2009, pág. 23)

A esto se le llama el hecho económico del turismo. Los ingresos para un país, pueden catalogarse de las siguientes maneras:

---

**Ingresos directos:** Gastos de los turistas internacionales en el lugar.

**Ingresos indirectos:** Gastos directamente relacionados con la actividad turística, sin ser necesariamente los establecimientos turísticos de primera línea.

**Ingresos inducidos:** Salarios para las personas que trabajan en un servicio o establecimiento turístico y que se traducen en ingresos para otros sectores.(2009, pág. 23)

De esta manera los impactos económicos del turismo son analizados donde se puede examinar el contribución del turismo en relación con los crecientes flujos de dinero que genera el turista, a la comunidad receptora o beneficiada, dando a conocer los beneficios que genera el turismo localmente, reconociendo los beneficios de los turistas se logran de las prácticas que se vive en el destino turístico. El impacto económico también puede ser negativo en el caso en que forje más costos que beneficios.

### **1.11.3.- Impactos Socioculturales Del Turismo**

De acuerdo con el autor “El turismo es la mejor ventana para conocer otras culturas y permite la integración entre desconocidos que generan vínculos donde se puede transmitir mensajes de paz y cordialidad”. El turismo unifica culturas y crean encuentros entre estas también, genera impactos negativos a nivel sociocultural.(2014, pág. 13)

### **1.11.4. Impactos ambientales del turismo**

Los impactos ambientales según la UNWTO es que el turismo trata de generar al turistas es enseñar a las personas a tener conciencia ambiental, de cuidar sus alrededores buscando generar un turismo sostenible, buscando de esta manera el bienestar común, salvaguardando el medio ambiente para las generaciones futuras; con la ayuda de manejo de residuos en cada lugar , concientizando la moderación de utilización del agua, para ayudar a la conservación productos o especies que están en peligro de extinción (2014, pág. 8)

---

## **1.12. Código Ético Del Turismo**

Según las Naciones Unidas (2001, pág. 15) ,

“El código señala las reglas para los turistas y los destino al cual se dirigen, los gobiernos, los tour operadores, los promotores, los agentes de viajes, los empleados y los propios viajeros.

**Artículo 1.-** contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades.

**Artículo 2.-** El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo.

**Artículo 3.-** El turismo, factor de desarrollo sostenible.

**Artículo 4.-** El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad.

**Artículo 5.-** El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.

**Artículo 6.-** Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico.

**Artículo 7.-** Derecho al turismo.

**Artículo 8.-** Libertad de desplazamiento turístico.

**Artículo 9.-** Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.

**Artículo 10.-** Aplicación de los principios del Código Ético para el turismo”.(2001, pág. 15) ,

El código fue elaborado para salvaguardar la seguridad de los turistas y del productor de turismo, realizando de esta manera lograr un nivel alto de seguridad de los turistas al ingresar a un sitio de visita ,demostrando así que el turismo busca proteger al turista.

---

## **CAPITULO II**

### **2.1 DIAGNÓSTICO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1.1. Antecedentes**

El turismo cultural es una particularidad del turismo que hace hincapié a aquellos aspectos culturales que oferta un determinado sitio turístico, ya sea un pequeño pueblo, una ciudad, una región o un país.

El Cantón Otavalo ubicado en la provincia de Imbabura es cada vez más dinámica y la difusión de la cultura permite la creación de valores democráticos y de convivencia. En la actualidad hace parte de un reconocimiento de la cultura como fundamento de la vida misma. La ciudad Otavalo y sus Parroquias se perciben como colectivos humanos interculturales y de una gran diversidad étnica cultural y potencialmente creativa en los procesos de creación de artesanía.

La cultura y la artesanía en la ciudad se convierten en el referente de futuro, entendiendo la cultura como la base de la existencia y las relaciones humanas fundamentales. En consecuencia a partir de la generación de espacios estructurales, proyectos y actividades de culturales se ha establecido el fortalecimiento del, derecho a participar en la vida cultural de la comunidad

Los principales beneficiarios serán los habitantes del cantón, que viven en este sector, sobre todo los jóvenes que son los herederos de esta maravillosa cultura ancestral, permitiéndose así ser los que mantengan vivas las tradiciones de su pueblo para brindar un mejor servicio de calidad y conservar su origen étnico del que día a día se deben sentir orgullosos.

Los resultados de esta investigación ayudarán a fortalecer más su identidad y así plantear procesos de sostenibilidad que permita dar a conocer toda la riqueza cultural y artesanal de las cuales son poseedores.

---



---

## **2.1.2 OBJETIVOS**

### **2.1.2.1 Objetivo General**

- Diagnosticar la situación actual para la creación de un centro de interpretación cultural, artesanal, a través de las opiniones de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo.

### **2.1.2.2 Objetivos Específicos**

- Determinar el perfil de los visitantes que ingresan al Cantón
- Establecer la aceptación que tiene la ciudad de Otavalo como atractivo cultural artesanal.
- Determinar la importancia de las artesanías en la oferta cultural turística de Otavalo.
- Establecer el nivel de conocimiento de los turistas sobre centros de interpretación culturales y artesanales.
- Identificar las actividades idóneas para la implementación de un centro de interpretación artesanal.

### **2.1.3 Variables Diagnósticas**

Como resultado de los objetivos específicos se han determinado las siguientes variables que son el referente de la investigación.

- Perfil
  - Aceptación
  - Importancia
  - Conocimiento
  - Actividades
-

### 2.1.4 Indicadores

Una vez determinadas las variables diagnósticas, se procede a desarticular los indicadores que tienen como objeto reconocer cada factor que establece determinadas variables, con el propósito de disponer de información más precisa y actual.

<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>
Perfil	Procedencia Géneros Frecuencia de visitas Razón de su visita Motivo de su visita Costo de ingreso
Aceptación	Reconocimiento del sitio
Importancia	Artesanía Proceso de elaboración Información sobre procesos
Conocimiento	Conocimiento de centros de interpretación Interés en un centro interpretativo Demanda de un centro cultural Existencia de centros artesanales Fortalecimiento de la actividad turística
Actividades	Números y tipos de servicios

**Elaborado por:** Ana Verónica Males

### 2.1.5 Matriz de relación de las variables e indicadores

**Tabla 1: Matriz de Variables e Indicadores**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
<b>Determinar el perfil de los visitantes que ingresan al Cantón</b>	Perfil	Procedencia	Encuesta	Turistas
		Géneros	Encuesta	Turistas
		Frecuencia de visitas	Encuesta	Turistas
		Razón de su visita	Encuesta	Turistas
		Motivo de su visita	Encuesta	Turistas
		Costo de ingreso	Encuesta	Turistas
		Procedencia	Encuesta	Turistas
<b>Establecer la aceptación que tiene la ciudad de Otavalo como atractivo cultural artesanal.</b>	Aceptación	Reconocimiento del sitio	Encuesta	Turistas
<b>Determinar la importancia de las artesanías en la oferta cultural turística de Otavalo.</b>	Importancia	Artesanía	Observación	Artesanos
		Proceso de elaboración	Encuesta	Turistas
		Información sobre procesos	Encuesta	Turistas
			Encuesta	
<b>Establecer el nivel de conocimiento de los turistas sobre centros de interpretación culturales, artesanales.</b>	Conocimiento	Conocimiento de un centro de interpretación	Encuesta	Turista
		Interés un centro interpretativo	Encuesta	Turista
		Acudiría a un centro cultural	Encuesta	Turista
			Encuesta	Turista

---

		Existencia de centros artesanales	Encuesta	Turista
		Fortalecería actividad turística		
<b>Identificar las actividades idóneas para la implementación de un centro de interpretación artesanal.</b>	Actividades	Números y tipos de servicios	Encuesta	Turistas

---

**Elaborado por:** Ana Verónica Males

---

## 2.2 MECÁNICA OPERATIVA

### 2.2.1 Determinación del universo

Para establecer el universo del proyecto de investigación, se tendrá en cuenta a los turistas nacionales y extranjeros percibidos mensualmente en el Cantón

El universo lo establecen los turistas que llegan a Otavalo mensualmente que son 35.898 visitantes mensuales.

**Tabla 2 : Universo**

Universo 1	Turistas	Visitas anuales 2013	Total de visitas mensuales
	Turistas nacionales	306.590	35.898
	Turistas extranjeros	137.848	
<b>TOTAL</b>		430.776	

Fuente: (Ferrocarriles del Ecuador, 2014) Elaborado por: Ana Verónica Males

### 2.2.2 Determinación de la muestra

El tamaño de la muestra es importante para que personifique a la población que se va a investigar, aplicando una fórmula estadística para obtener una muestra específica con un margen de error del 5% y un nivel de confianza de 94%, de una manera más fácil se estableció el número de encuestas que fueron a realizarse. Fue aplicada 195 encuestas en la Ciudad de Otavalo para los turistas nacionales y extranjeros, a continuación se presenta la fórmula utilizada y los cálculos.

$$N = \frac{N.d2.Z^2}{(N-1)E^2 + d2.Z^2}$$

Los significados de los elementos de esta fórmula son:

**n:** Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

**N:** Universo o población a estudiar.

**d:** Varianza de la población respecto a las principales particulares que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0.25 con la desviación típica tomada como referencia de 0.5.

**N-1:** Corrección que se usa para la muestra de mayores a 30 unidades.

**E:** Limite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01 – 0.09 (1% y 9%).

**Z:** Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es el valor constante que se lo toma en relación al 95% que equivale al 1.96.

**Tabla 3: Muestra**

$(35898)(0,25)(3,84)$	34462.08	34462.08	
$n = \text{-----}$	$n = \text{-----}$	$n = \text{-----}$	$n=194.85 = \mathbf{195}$
$(35898-1)(0,0049) + (0,25)(3,84)$	175.8953+0,96	176.8553	
34462.08			

Elaborado por: Ana Verónica Males

### 2.3 Información primaria

Para la presente investigación se usa información primaria que es aquella información que el investigador recoge directamente, ya sea encuestas, a través de un contacto inmediato con su objeto de análisis, es decir con los actores involucrados que son los turistas nacionales y extranjeros.

---

### **2.3.1 Métodos**

#### **2.3.1.1 Histórico - Lógico:**

Se concuerda con Martínez que mediante el método histórico se analiza la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento a los diferentes periodos de la historia. El método lógico se basa en el estudio histórico poniendo de manifiesto la lógica interna del desarrollo, de su teoría y halla el conocimiento profundo de esta. (2007, pág. 18)

Para la aplicación del proyecto de investigación es necesario conocer cuáles son los momentos más importantes de la evolución del proyecto de estudio, que permita mediante en el marco teórico encontrar explicaciones lógicas, y conocer el desarrollo y estado actual, mediante la recopilación de información, y la investigaciones referente al patrimonio histórico

#### **2.3.1.2 Analítico – Sintético:**

En el proyecto fue necesario el analizar de la situación actual del turista al ingresar a la ciudad, en el capítulo dos del diagnóstico de la investigación se analiza el número de turistas que ingresan mensualmente a la ciudad para de esta manera , realizar la muestra con la que se va a trabajar en el proyecto , sintetizando los resultados para obtener el diagnóstico del problema , buscar la solución del problema para determinar la factibilidad del proyecto.

#### **2.3.1.3 Inductivo-Deductivo:**

En la propuesta se utiliza el método inductivo deductivo que se encuentra en la propuesta donde se determina el proceso que va tener para la creación del producto por demostrando de esta manera la elaboración de la propuesta administrativa, operacional, promocional y legar deduciendo que el proyecto por el cual se está trabajo acata todo lo esperado, interno y externamente.

---

## **2.7 Técnicas:**

### **2.7.1 Encuestas:**

Para la investigación fue utilizada la técnica de las encuestas que permite obtener información por escrito en su totalidad o una muestra del grupo objetivo, que permite recopilar datos, conocer las motivaciones del turista, opiniones, etc. Con el individuo con relación al objeto de investigación.

## **2.8 Instrumentos:**

### **2.8.1.- Cuestionario:**

Para la investigación fue utilizada encuestas que permite obtener información por escrito en su totalidad o una muestra del grupo objetivo, que permite recopilar datos.

### **2.8.2.- Fichas de observación:**

Les permitió captar y registrar el número de datos de las características del objetivo de investigación.

## **2.11.- ANALISIS DE RESULTADOS**

Se aplicó 195 encuestas a turistas nacionales y extranjeros, para la contribución al diagnóstico general de la presente investigación y fue aplicada a todas las edades en el mes de Junio 14 del 2014.

### **2.11.1.- Características de la demanda**

#### **2.11.1.1.- Encuesta dirigida a los turistas nacionales y extranjeros (195)**

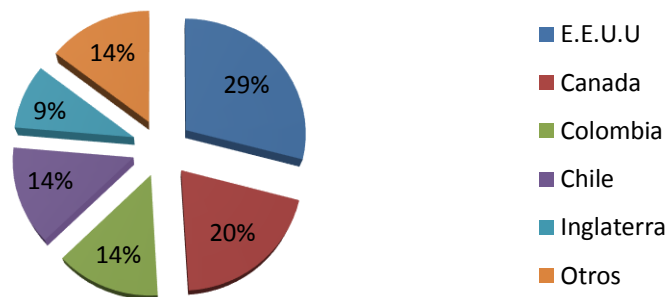
---



**Procedencia segmento extranjeros****Tabla 4: Procedencia**

Procedencia	Frecuencias	Porcentajes
E.E.U.U	32	29%
Canadá	22	20%
Colombia	15	14%
Chile	15	14%
Inglaterra	10	9%
Otros	16	15%
Total	110	100%

Fuente: Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 1 : Procedencia**

Fuente: Trabajo de campo- Junio/14//2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**ANALISIS:**

De acuerdo con la pregunta se determina que los turistas que ingresan mayormente son de origen Estadounidense y Canadienses con un porcentaje alto. De esta manera se establecería la promoción del producto se con mayor frecuencia a este dos tipo de segmentos ya que Otavalo es atraído por turistas extranjeros de diversos país que quieren conocer la cultura enfocándose en los turistas del continente norteamericano que tiene más interés en conocer Otavalo.

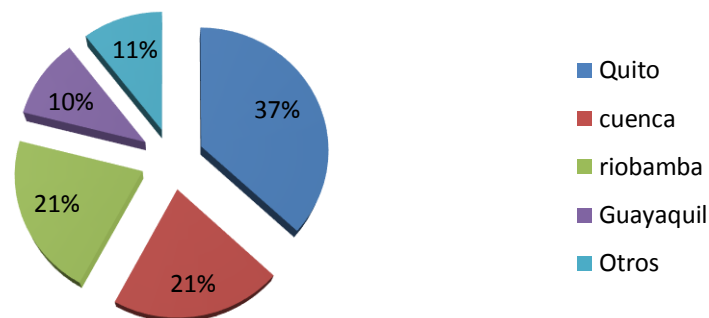
### Procedencia segmento nacionales

**Tabla 5: Procedencia Nacionales**

Procedencia	Frecuencias	Porcentajes
Quito	35	37%
Cuenca	20	21%
Riobamba	20	21%
Guayaquil	10	11%
Otros	10	11%
Total	95	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 2: Nacionales**



**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

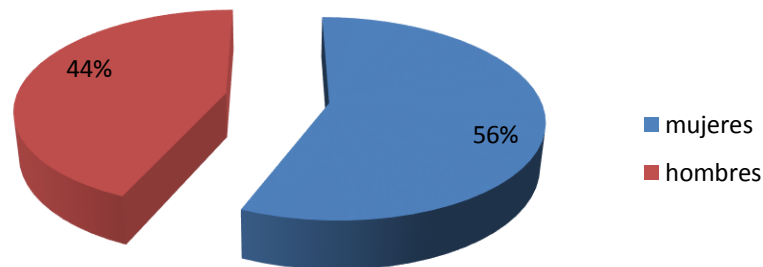
### Análisis:

Se registra que las principales visitantes nacionales son de las ciudades de Quito y Cuenca con un promedio algo de visita e incidencia, de esta manera se podrá realizar un plan promocional del producto que se ofertara en las principales ciudades, enfocándose más en la Quito por su alto porcentaje de visitas. Reconociendo que el turismo interno en el Ecuador va creciendo rápidamente y los periodos vacacionales en la Costa Ecuatoriana son distintos al de la sierra donde se promocionaría el producto en diferentes meses para captar mayor el interés de turistas nacionales en diferentes meses del año.

**Genero****Tabla 6: Generó turistas**

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Mujeres	110	56%
Hombres	85	44%
Total	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 3: Generó turistas**

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

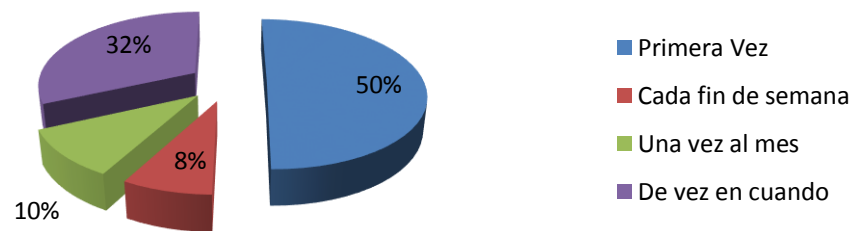
**Análisis:**

De acuerdo a la investigación se considera que el mayor número de visitas son hechos por mujeres que realizan compras, reconociendo de esta manera el segmento en el que se va a enfocar el proyecto va ser en el género femenino, buscando crear nuevos intereses que atraigan al turista generando las actividades diferenciadas que capten el interés del cliente.

**PREGUNTA 1: ¿Con que frecuencia visita la ciudad de Otavalo?****Tabla 7 : Frecuencia de visitas**

Periodicidad	Frecuencia	Porcentaje
Primeravez	98	50,26%
Cada fin de semana	15	7,69%
Unavez al mes	20	10,26%
De vez en cuando	62	31,79%
Total	195	100,00%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 4: Frecuencia de visitas**

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

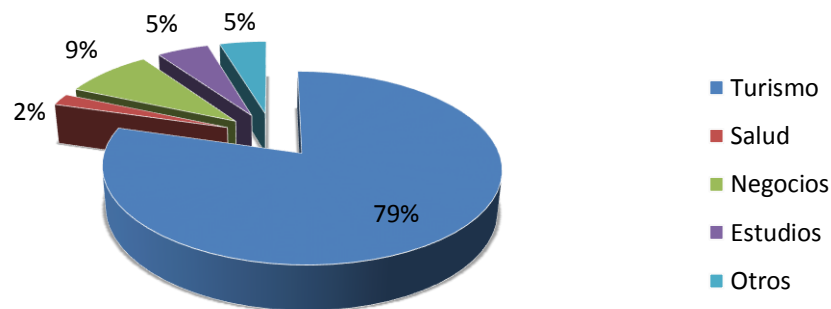
**Análisis**

Se observa que la mayoría de turista que ingresan lo hace por primera vez, demostrando que Otavalo sigue siendo un punto de interés para el turista, de esta manera se determinara el de segmento con el cual el proyecto se enfocara, ya que el turista que ingresa por primera vez, no se sabe si regresa, de esta manera se promocionara el producto para generar interés en el turista por conocer la cultura

**PREGUNTA 2: ¿Cuál es la razón de su visita?****Tabla 8: Razón de visita**

Motivación	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	155	79%
Salud	4	2%
Negocios	17	9%
Estudios	10	5%
Otros	9	5%
TOTAL	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 5: Razón de visita**

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

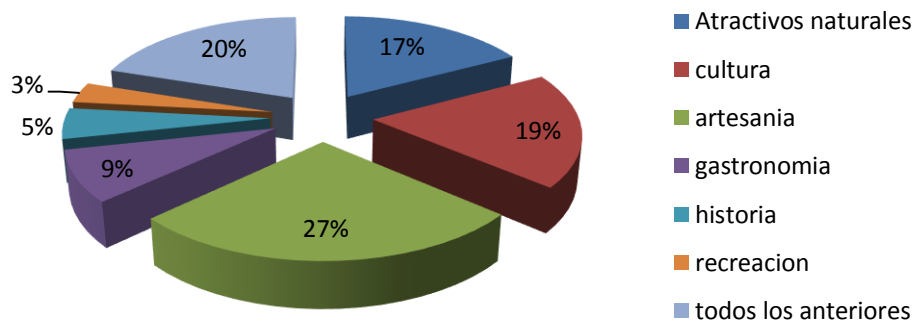
**Análisis**

Se observa que el mayor porcentaje de visitantes que ingresa a la ciudad lo realiza por turismo, demostrando que de esta manera que el turismo es el principal motivo que atrae al cliente. Manifestando que la implementación de un centro interpretativo genera nuevas actividades turísticas que atraigan al cliente.

**PREGUNTA 3: ¿Cuál es el motivo de su visita? ¿Qué le atrae de Otavalo?****Tabla 9: Motivo de visita**

Razón	Frecuencia	Porcentaje
Atractivos naturales	51	17%
Cultura	56	19%
Artesanía	80	27%
Gastronomía	25	8%
Historia	15	5%
Recreación	10	3%
Todos los anteriores	59	20%
<b>TOTAL</b>	<b>296</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 6: Motivo de visita**

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Análisis:**

Se demuestra que la motivación del turista al visitar a Otavalo lo realizada por comprar artesanía, manifestando de esta manera la aceptación que tiene el proyecto por la elaboración de las artesanías con la implementación del centro se demostrara proceso que tiene el producto que adquirió generando interés por parte del turista , por los productos artesanales.

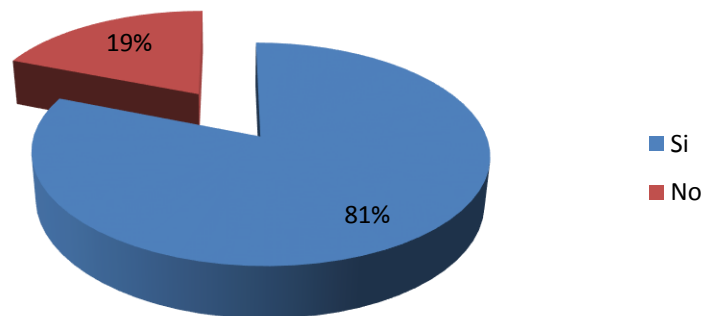
**PREGUNTA 4: ¿Considera Ud. que la Plaza de Ponchos se mantiene como un sitio relevante de la ciudad?**

**Tabla 10: Área de Relevancia**

Relevancia	Frecuencia	Porcentaje
Si	158	81%
No	37	19%
Total	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 7: Área de relevancia**



**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

### **Análisis:**

De acuerdo con la encuesta realizada la plaza de ponchos tiene un alto porcentaje de relevancia entre los turistas nacionales y extranjeros, demostrando que la Plaza es reconocida por sus artesanías. Manifestando que la perspectiva del proyecto es la creación de estrategias promocionales que cautive el interés del cliente por conocer la elaboración de la artesanía de acuerdo con la pregunta

De esta manera la plaza de poncho sería el lugar donde nos enfocaríamos para captar el interés del turista.

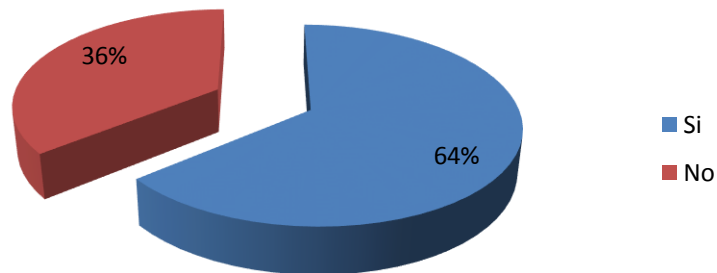
**PREGUNTA 5: ¿Considera Ud. que las artesanías que se expenden en la plaza de ponchos representa la cultura del pueblo kiwcha?**

**Tabla 11: Simboliza la artesanía**

Simboliza	Frecuencia	Porcentaje
Si	125	64%
No	70	36%
Total	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 8: Simboliza la artesanía**



**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Análisis:**

Los resultados reflejan que la mayoría de turistas consideran, que las artesanías que se ofertan en la plaza, representa al pueblo Otavaleño, pero existe insatisfacción del cliente por no conocer el proceso de creación de los productos.

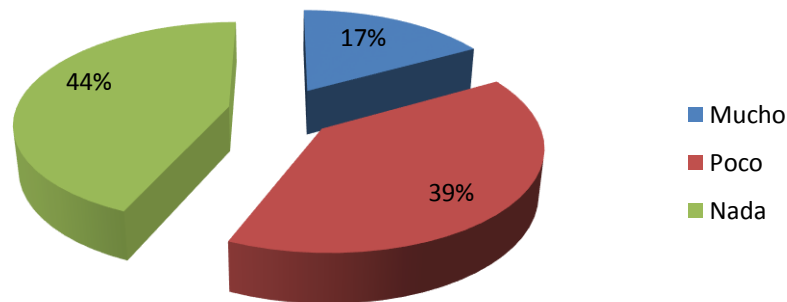
Por esta razón se considera que la implementación de un centro interpretativo de la elaboración de la artesanías es necesaria para satisfacer las demandas del turista.



**PREGUNTA 6: ¿Conoce Ud. el proceso de elaboración de las artesanías?****Tabla 12: Manufactura artesanía**

Elaboración	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	33	17%
Poco	77	39%
Nada	85	44%
Total	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 9: Manufactura artesanía**

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Análisis:**

Observamos que el nivel de conocimiento acerca de la elaboración de la artesanía es nulo, con un porcentaje del 86%, de esta manera se considerará la viabilidad del proyecto para la creación del centro interpretativo, donde se satisfacen las necesidades del cliente al demostrar el proceso de manufactura de la artesanía, utilizando herramientas ancestrales reviviendo de esta manera las tradiciones culturales que tiene el pueblo Kiwcha y satisfaciendo las demandas del turista.

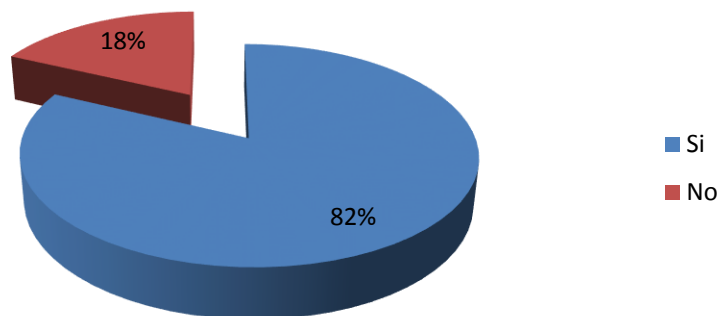
**PREGUNTA 7: ¿Le gustaría tener mayor información sobre los procesos de elaboración de la artesanía?**

**Tabla 13: Proceso de elaboración**

Procesó	Frecuencias	Porcentajes
Si	160	82%
No	35	18%
Total	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 10: Proceso de elaboración**



**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Análisis:**

De acuerdo con la encuesta realizada los turistas están interesados en obtener mayor información de las artesanías, de esta manera la aplicación de un centro interpretativo artesanal es importante por que el cliente lo demanda tener información de los procesos artesanales

Con la creación interpretativo satisface las demandas que tienen los turistas al demostrar el proceso de elaboración de las artesanía, creando de esta manera un elemento dinamizador del desarrollo turístico en el Cantón.

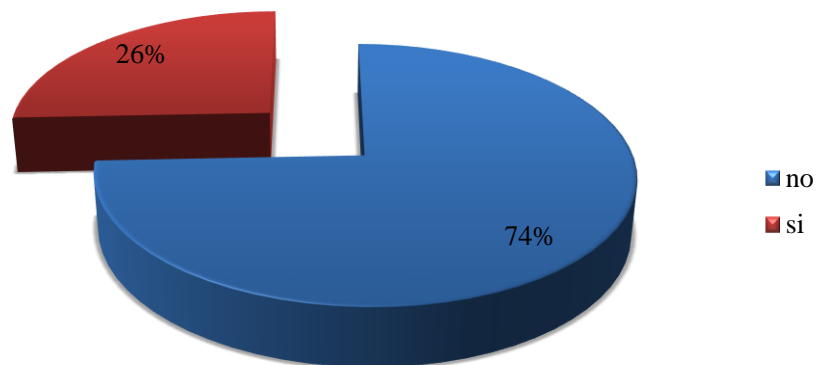
**PREGUNTA 8: ¿Conoce Ud. que es un centro de interpretación cultural, artesanal?**

**Tabla 14: Comprensión centro de interpretación**

Comprensión	Frecuencia	Porcentaje
No	145	74%
Si	50	26%
Total	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 11: Comprensión centro de interpretación**



**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Análisis:**

De acuerdo con la encuesta realizada la mayoría de turistas encuestados no tiene conocimiento de un centro interpretativo. De esta manera es importante la implementación del proyecto para, atraer el interés del turista y crear conocimientos de lo que se trata, como se lo constituye y que se espera de un centro de interpretación.

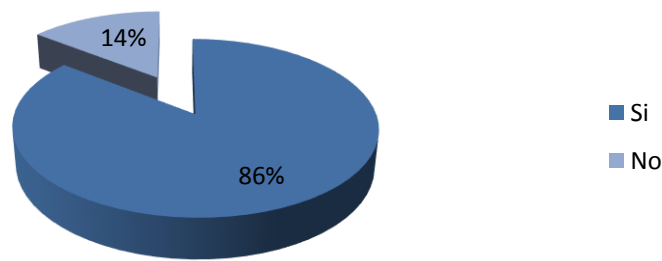
**PREGUNTA 9: ¿Cree Ud. que de interés un centro de interpretación cultural, artesanal en la ciudad de Otavalo?**

**Tabla 15: Beneficio de un centro de interpretación**

Interés	Frecuencia	Porcentaje
Si	167	86%
No	28	14%
TOTAL	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 12: Beneficio de un centro de interpretación**



**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Análisis:**

En relación a las preguntas 9 se puede contrarrestar que en las preguntas 7,8 ratifica el desconocimiento que tiene el cliente en saber que es un centro de interpretación e información sobre los procesos artesanales creando de esta manera insatisfacción en el cliente.

En la pregunta 9 el turista muestra el interés alto en la creación del centro de interpretación que ayudaría a solucionar el problema de la desinformación de la artesanía y llegar a un conocimiento de saber para por que es importante la creación de un centro de interpretación en la ciudad. De esta manera la crear el centro interpretativo crearíamos concientización en los productos culturales que oferta el mercado, demostrando la importancia de los procesos artesanales que se están perdiendo con el pasar del tiempo.

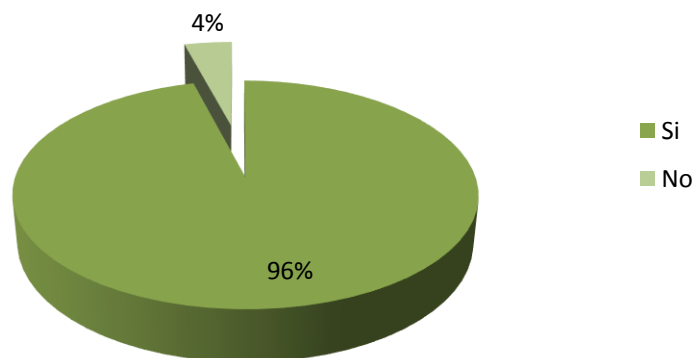
**PREGUNTA 10: ¿Ud. acudiría a un centro de interpretación cultural, artesanal, para la observación del proceso de elaboración de las artesanías Otavaleñas, y presentaciones de música, danza y dramatización de la cultura indígena?**

**Tabla 16: Concorre a un centro de interpretación**

Afluencia	Frecuencia	Porcentaje
Si	187	96%
No	8	4%
Total	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 13: Concorre a un centro de interpretación**



**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

### **Análisis:**

Según los resultados obtenidos de los turistas tiene un alto interés en conocer un centro de interpretación donde conozcan más al fondo la cultura Otavaleña y el proceso de elaboración de sus artesanías. El proyecto está enfocado cubrir los problemas que se perciben al realizar las encuestas, como generar mayor información de los procesos, y que ellos puedan ser parte de los procesos de elaboración, creando de esta manera difundir la cultura que tiene Otavalo.

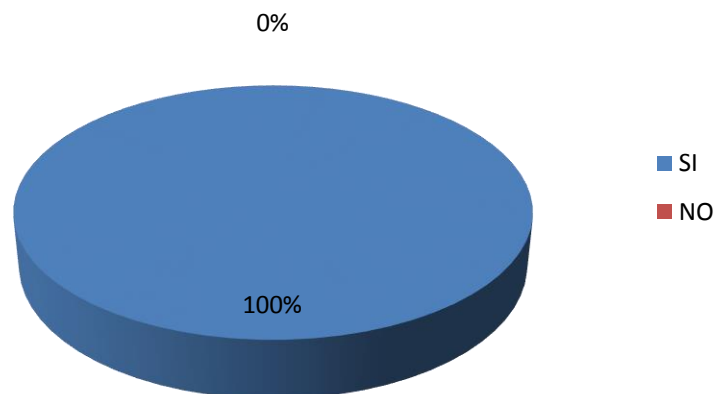
**PREGUNTA 11: ¿Considera Ud. la creación de un centro de interpretación cultural, artesanal fortalecería la actividad turística del Cantón?**

**Tabla 17. Fortificará actividad turística**

Fortalecera	Frecuencia	Porcentaje
Si	195	100%
No	0	0
Total	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 14: Fortificara actividad turística**



**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Análisis:**

Los resultados obtenidos en esta preguntaratifican en totalidad la importancia de fortalecer las manifestaciones culturales y artesanales del pueblo para insertarlas al sector turístico del Cantón. Demostrando de esta manera la factibilidad que tiene el proyecto para la implementación de un centro de interpretación cultural, artesanal.

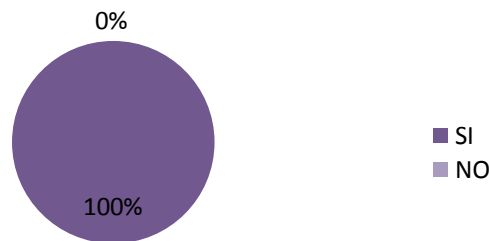
**PREGUNTA 12: ¿Considera importante la implementación de un centro de interpretación cultural, artesanal para la elaboración y exhibición de la artesanía?**

**Tabla 18: Calidad de aplicación del centro de interpretación**

Importancia	Frecuencia	Porcentaje
Si	195	1
No	0	0
Total	195	1

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 15: Calidad de aplicación del centro de interpretación**



**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Análisis:**

Los resultados obtenidos por la encuesta realizada con un 100 % asegura que la implementación de un centro de interpretación es viable ya que en el Cantón, no existe centros que se dedique a este entorno, donde se difunda los saberes ancestrales y conozcan los procesos de elaboración siendo parte de la cultura del pueblo, generando una dinamización en el contexto turístico de la ciudad creando nuevas manera de atraer al turista.

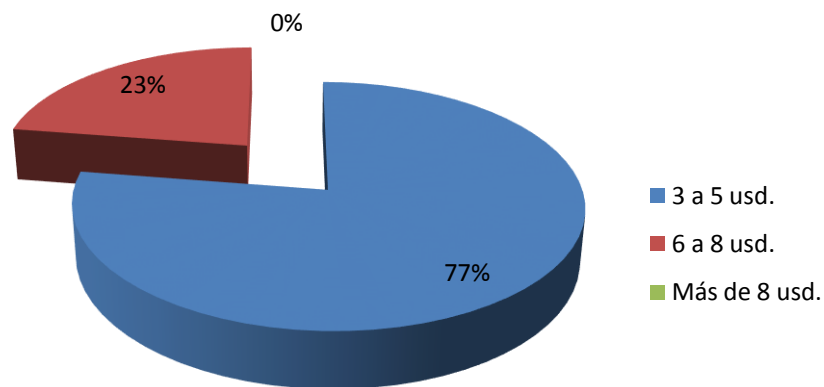
**PREGUNTA 13: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por visitar el Centro de Interpretación?**

**Tabla 19 : Costos ingreso**

Costo	Frecuencia	Porcentaje
5 usd.	151	77%
6 - 8 usd.	44	23%
Más de 8 usd.	0	0%
Total	195	100%

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 16: Costo ingreso**



**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Análisis:**

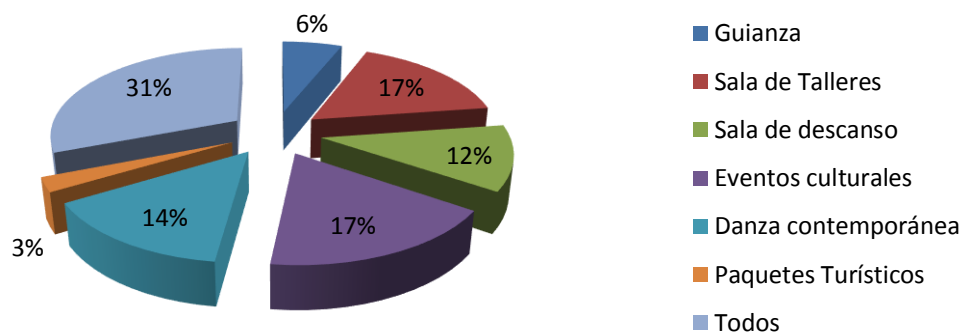
De acuerdo con investigación de campo que el precio apto para cobrar por el ingreso al centro de interpretación será de 5 dólares, ya que sería accesible a todos los bolsillos de los visitantes.



**PREGUNTA 14: ¿Qué servicios le gustaría que le brinden?****Tabla 20 : Servicios ofertan**

Servicios	Frecuencia	Porcentaje
Guianza	26	6%
Sala de Talleres	71	17%
Sala de descanso	50	12%
Eventosculturales	75	18%
Danzacontemporánea	62	15%
PaquetesTurísticos	11	3%
Todos	132	31%
<b>TOTAL</b>	<b>427</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Ilustración 17: Servicios ofertan**

**Fuente:** Trabajo de campo- Junio/14/2014 **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Análisis:**

Mediante esta encuesta se analizó que actividades se podrá ofertar en el centro de interpretación los turistas requieren lugares donde ellos puedan descansar, admirar la artesanía, ser parte de eventos culturales, disfrutar de música folklórica y ser parte de rituales y presentaciones culturales. Observando las necesidades del turista se puede poner en práctica, los servicios referentes para un óptimo servicio de calidad donde los turistas puedan descansar, observar, admirar la belleza cultura.

## 2.12 Matriz FODA

Tabla 21 : Matriz FODA

ANALISIS INTERNO	ANALISIS EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1: Otavalo reconocido como el mercado artesanal más grande de Sur América.</p> <p>F2: Comunidad indígena que preserva su identidad.</p> <p>F3: Riqueza cultural reflejada en las artesanías.</p> <p>F4: Los valores históricos y culturales de toda la zona, permiten generar nuevas propuestas de atractivos turísticos.</p> <p>F6: Existencia de carreteras con fácil acceso a los distintos atractivos turísticos.</p>	<p>O1: Crecimiento de la demanda turística cultural en el Ecuador</p> <p>O2: Revalorización de la cultura y su artesanía.</p> <p>O3: Rescate del proceso de elaboración de las artesanías ancestrales.</p> <p>O4: Apoyo de instituciones educativas y ONG.</p> <p>O5: Demanda de nuevos productos turísticos alternativos.</p> <p>O6: Interés del Gobierno actual, en aspectos relacionados al rescate y promoción de aspectos culturales.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1: Constante degradación de saberes ancestrales</p> <p>D2: Falta de comunicación oral por parte de los padres de saberes ancestrales a sus hijos.</p> <p>D3: Falta de profesionales en servicios turísticos</p> <p>D4: Animadversión entre comunidades.</p> <p>D5: Falta de concientización de la importancia de la cultura y su patrimonio como método de desarrollo</p> <p>D6: Bajo interés de los artesanos en la difusión de los saberes culturales.</p>	<p>A1: Migración nacional</p> <p>A2: Aumento de presencia de maquinaria nueva que reemplaza las herramientas ancestrales</p> <p>A3: Adopción de costumbres occidentales en la producción de la artesanía</p> <p>A4: Aculturación por parte de los artesanos que viajan al extranjero</p> <p>A5: Malas prácticas de administración y competencia desleal</p> <p>A6: Competencia desleal, malas prácticas administrativas.</p>

Fuente: Trabajo de campo **Elaborado por:** Ana Verónica Males

**2.13 Estrategias: FA, FO, DO, DA****Tabla 22 : FA, FO, DO, DA**

<b>Estrategia FO</b>	<b>Estrategia FA</b>
<p>F1-O1: Implementación de un centro de interpretación, aprovechando el crecimiento de la demanda turística</p> <p>F2-O2: Elaboración de salas temáticas que reflejen la identidad del pueblo indígena y la revalorización la cultura.</p> <p>F5-O5: Desarrollar diversos servicios , preservando los valores históricos, culturales</p>	<p>Implementación de un centro de interpretación cultural que muestre el proceso de elaboración de la artesanía</p> <p>F2-A2: Implementación de espacios para la para la revalorización y prácticas para la población</p> <p>F5-F7: Desarrollo de nuevas actividades, con valor histórico y cultural que impida el ingreso de productos foráneos de países extranjeros.</p>
<b>Estrategia DA</b>	<b>Estrategia DO</b>
<p>D1-A2 Reconstrucción de maquinaria ancestral para elaboración de artesanía, exponiendo las ventajas frente a las nuevas tecnologías.</p> <p>D5-A5: Elaboración de una estructura organizacional para la efectiva ejecución del proyecto.</p>	<p>D6- O1: Elaboración de un plan promocional que ayude a la concientización de la cultura y capte el interés del turista</p> <p>D8-O3: Generar nuevas fuentes de trabajo para contrarrestar el bajo interés de los artesanos por la elaboración de artesanías.</p>

**Fuente:** Trabajo de campo **Elaborado por:** Ana Verónica Males

---

## **2.14. DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNOSTICO**

El problema principal es la inexistencia de lugares enfocados en el turismo cultural , generando problemas secundarios, como la falta de centros de interpretación donde elaboren artesanía a mano, insatisfacción del cliente que ingresa a la ciudad por ser parte de la cultura, falta de productos diferenciados que atraiga el interés del turista, productos artesanales de otros países que se oferta como suyos , insuficiente información sobre las artesanías , desinterés por parte del artesano por crear nuevos productos, aculturación por parte de los artesanos que van perdiendo sus habilidades artesanales.

De esta manera se demuestra la pérdida de la cultura en la ciudad y la insatisfacción del cliente al comprar artesanía, otro inconveniente que se puede verificar, es la inexistencia de centros interpretativos donde el turista conozca la cultura, el proceso de las artesanías y su significado de elaboración.

## **2.15 DETERMINACIÓN DE LA SOLUCIÓN DIAGNOSTICA**

Es necesario la implementación de un centro de interpretación cultural, artesanal donde los turistas conozcan la cultura Otavaleña, obtengan información clara del proceso de elaboración de las artesanías que se ofertan, creando interés en el turista por comprar productos artesanales, de esta manera estimulara al artesano a la revalorización de sus productos sin perder sus habilidades con la lana y el algodón.

Al crear el centro de interpretación se generara un nuevo producto diferenciado en la ciudad, generando de esta manera en el cliente curiosidad por conocer la ideología y la cosmovisión que tiene el pueblo Kiwcha, ya que la mayoría de turista que ingresan a la ciudad lo hacen por primera vez, de esta manera creamos interés en el turista por regresar.

## **2.16 CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO**

Luego de realizar el estudio de campo a través de la aplicación de encuestas y el uso de estadísticas, se constituye que en el Cantón de Otavalo, no existe un centro de interpretación cultural, artesanal que permita el rescate de la cultura y la artesanía, por

---

---

lo tanto es necesario la implementación de un centro interpretativo que permita la revalorización de los productos hechos a mano y el rescate cultural.

Mediante la realización del estudio de campo se estableció que los turistas nacionales y extranjeros llegan a la ciudad por las habilidades de los artesanos y realizar compras de sus productos únicos hechos a mano, sus artesanías son reconocidos por su textura, colores y diseños que crean un producto autóctono donde, demuestran sus raíces y destrezas con la lana y el algodón.

Mediante la encuesta se observó los perfiles de visitantes que ingresan, en su mayoría son extranjeros 55% y nacionales 45% reconociendo que hay temporadas como el verano en la costa Ecuatoriana y el verano en los países extranjeros. De esta manera se demuestra que Otavalo todavía sigue siendo de interés para el turista nacional y extranjero que en su mayoría viene por primera vez, sorprendido por su belleza natural, cultural y artesanal a pesar de Otavalo ser turístico se pudo captar un grado de insatisfacción de los turista, al llegar al sitio y no encontrar un lugar donde descansa y disfrutar de la cultura del lugar.

Observando las necesidades del turista se puede poner en práctica, los servicios referentes para un óptimo servicio de calidad con la implementación del Centro de Interpretación Cultural , Artesanal se dinamizaría la economía local, se crearía nueva fuentes de trabajo, generando de esta manera conciencia en la cultural, rescatando saberes.

---

---

## **CAPÍTULO III**

### **DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO**

#### **3.1 Introducción del capítulo**

En la presente propuesta la creación del Centro de Interpretación Cultural, Artesanal Otavaleño, fomentara el rescate cultural y la revalorización de las artesanías hechas a mano, mediante una infraestructura adecuada que ayude al turista a conocer el proceso de creación de los productos que hoy en día se están perdiendo , de esta manera se promoverá la economía local ,creando nuevas fuentes de trabajo, ayudando a dinamización el turismo local , mediante un producto que tendrá acogida en los turistas nacionales y extranjeros , donde se trasmitirá los saberes culturales y serán parte del proceso de creación de las artesanías , de esta manera se desarrolla alianzas estratégicas con ONG de países extranjeros para hacer de Otavalo un lugar de estancia.

#### **3.1.2 Justificación de la propuesta**

Otavalo es reconocida a nivel nacional e internacional como la ciudad intercultural del país, por su pasado histórico de los Kiwchas Otavalos que aún coexisten con sus saberes ancestrales, culturales y artesanales, constituye ser un gran potencial para el desarrollo turístico y económico; con la creación del centro de interpretación se pretende revalorizar la cultura Otavaleña y con ello los procesos de creación de las artesanías existentes.

Estableciendo así un vínculo con los artesanos con el fin de recuperar y posicionar las artesanías hechas a mano, de esta manera se fortalecerá la actividad turística incrementando el turismo interno , aportando impactos positivos en el desarrollo económico del Cantón, garantizando de manera, el fortalecimiento de la riqueza cultural, artesanal y ancestral que tiene la ciudad.

De esta manera se determina que para la implementación del centro de interpretación es necesaria la elaboración de la propuesta que cuenta con 6 estructuras las cuales son:

---

**Estructura Legal:** Para la creación de la empresa es necesario constituir la empresa legalmente mediante superintendencia de compañías.

**Estructura Administrativa:** Para la implementación del centro es necesario crear la misión, visión los objetivos generales y específicos con los que la empresa se regirá, también es necesario crear la estructura organizacional con la que la compañía contara para su funcionamiento del personal, mediante manuales de funciones y valores que deberán acatar.

**Estructura operativa:** En esta parte de la propuesta se muestra la división de áreas con las que el centro contará , los servicios que ofertan y cómo será su distribución de salas tamaño y medición , es necesario contar con un diagrama de procesos para que el turista se pueda guiar ,mediantes los flujo gramas que se encontraran.

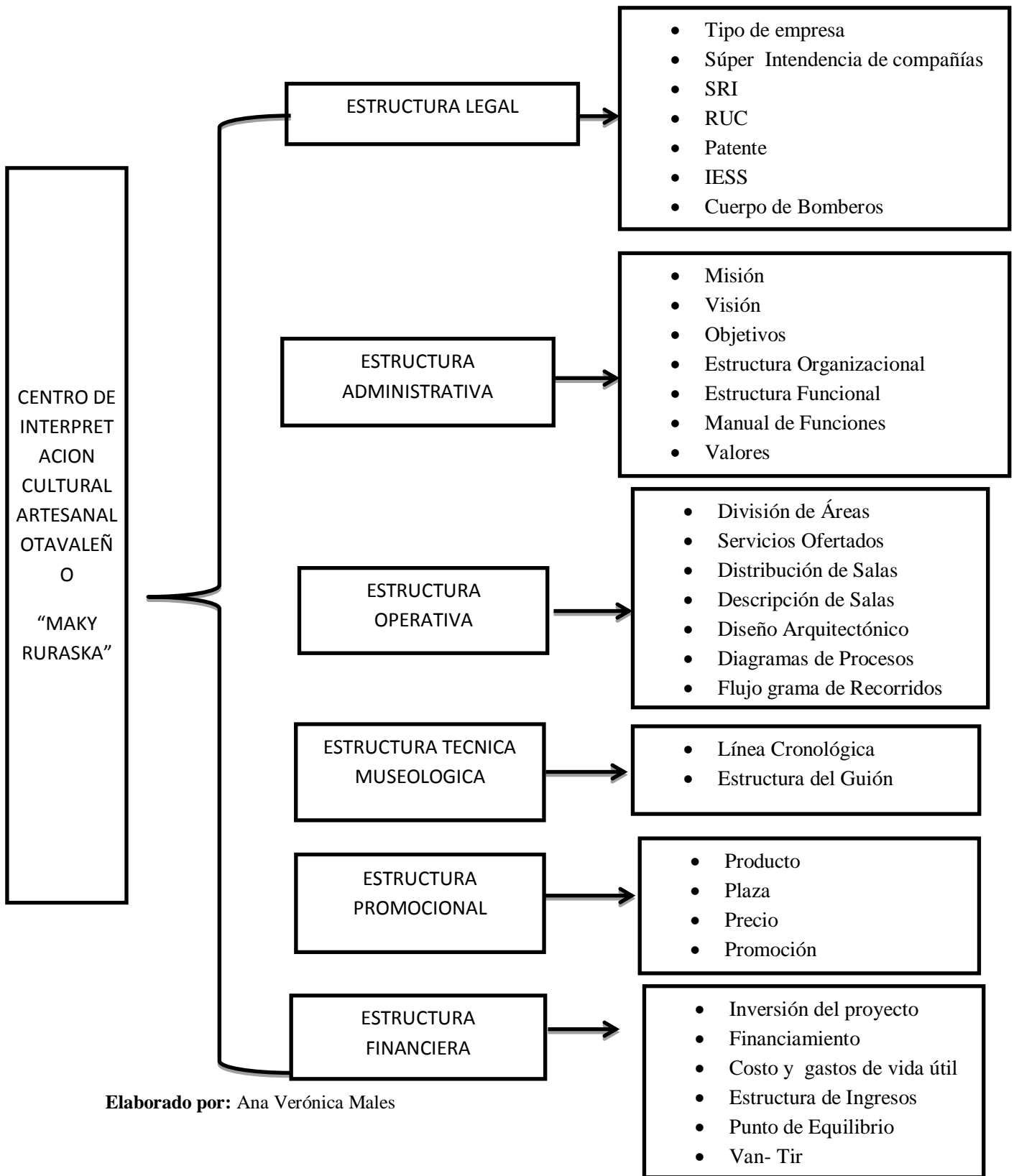
**Estructura Museográfica:** Es necesario tener una línea cronológica que se guiara al turista, para esto es necesaria la estructura de un guion.

**Estructura Promocional:** Se demuestra el plan promocional que tendrá la empresa mediante producto, plaza sea directo o indirectamente, precio se maneja por turista nacionales y extranjeros será el valor de \$ 5 dólares y promoción mediante páginas web, volantes, banners, trípticos.

**Estructura Financiera:** Para la implementación del proyecto es necesario realizar un costo total de la infraestructura, equipamientos, planos, constitución legal, financiamiento y crear de esta manera un balance general para la proyección de flujos de caja, mensualmente y anualmente, para percibir si el proyecto es rentable.

---

**Tabla 23 : Esquema de la Propuesta**



Elaborado por: Ana Verónica Males



## 3.2 Elaboración de la propuesta

### 3.2.1 Nombre del proyecto

Creación de un Centro de interpretación Cultural, Artesanal Otavaleño con enfoque turístico en el Cantón de Otavalo, Provincia de Imbabura.

### 3.3 Localización

#### 3.3.1 Macro localización

**Grafico 1: Macro localización**



**Fuente:** Fotos Blog (Fotosblog)

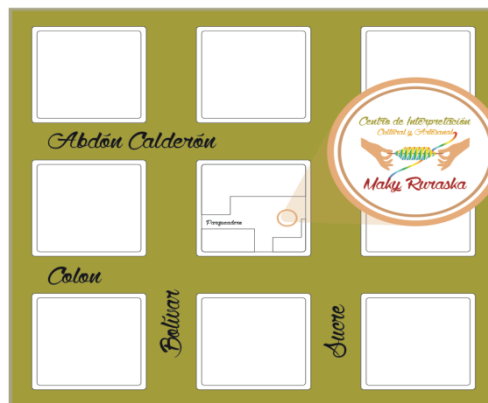
Ecuador, oficialmente República del Ecuador, es un país situado en la región noroccidental de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el océano Pacífico. Tiene una extensión de 283 561 km<sup>2</sup>

El Ecuador es el país andino más pequeño, sin embargo cuenta con la más densa población de aves por kilómetro cuadrado del mundo. La belleza natural de sus paisajes junto a la riqueza cultural de sus ciudades y los contrastes climatológicos convierten al Ecuador en el lugar perfecto para tomar unas vacaciones maravillosas.

### 3.3.2 Micro localización

El centro de Interpretación Cultural, Artesanal Otavaleño. “MAKY RURASKA” se ubicara en la Ciudad de Otavalo en las calles sucre entre Abdón Calderón y Bolívar a una cuadra y media del Parque Simón Bolívar.

**Grafico 2: Micro localización**



#### 3.3.2.1 Ubicación:

La localización del proyecto es determinante para el éxito del mismo, se le ha definido a través del análisis de diferentes factores que se mencionan a continuación.

Se determinó que el parqueadero de la Sra. Rosa Elena Cotacachi , que está ubicado en la Ciudad de Otavalo, en las calles Sucre entre Abdón Calderón y Bolívar , es un punto estratégico para la implementación del Centro interpretativo, registrado como un lugar céntrico , donde la afluencia de turista tanto nacionales como extranjeros es muy visitada.

De acuerdo a las proyecciones futuras tendrá una demanda alta al constituirse como el primer Centro de Interpretación Cultural, Artesanal Otavaleño, donde se resaltara la importancia de los saberes culturales y los procesos de creación de las artesanías Kiwchas - Otavaleñas.

---

### 3.4 Descripción de la propuesta

#### 3.4.1 Nombre de la Empresa o Razón Social

Centro de Interpretación Cultural, Artesanal Otavaleño “MAKY RURASKA”

#### 3.4.2 Logotipo de la empresa

**Grafico 3: Logotipo**



Elaborado por: Ana Verónica Males

Los logotipos son características que representan el nombre de la empresa. De la misma manera el Centro de Interpretación será reconocida de la siguiente manera: “MAKY RURASKA”, que traducido quiere decir hecho a mano.

Eligieron las manos trabajadoras de un persona indígena que personifica la fuerza y la energía del pueblo Kiwcha, los colores simbolizan la fertilidad de la pacha mama con el ser que son los Otavalos, de esta manera el bovino que hila expresa, que va cocinando sus tradiciones alrededor del tiempo indicando lo dispuestos que están en mostrar su cultura al mundo.

#### 3.4.3 Slogan

La frase publicitaria que designada a grabarse en la mente del cliente fue:

**“Puringapa punda kawsayta hama guañuchun”**

**“Caminamos por el pasado que no muere”**

---

---

### **3.5 Propuesta Legal**

Se desarrollaran las técnicas correspondientes a la implementación y arranque del negocio, la estructura legal de la empresa.

#### **3.5.1 Pasosprevios a la creación de la empresa**

Los pasos previos a la creación de la empresa son los siguientes:

- Constituir la empresa como Compañía limitada.
- Registrar la empresa previamente constituida en la Superintendencia de Compañía.
- Registro mercantil
- Registrar el nombre comercial en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-
- Obtención del R.U.C en el servicio de Rentas Internas.
- Permisos Municipales: Uso de suelo, Patente Municipal.  
Permiso del Cuerpo de Bomberos.

#### **3.5.2Tipo de empresa**

Luego de realizar el análisis respectivo del proyecto, la junta de accionistas se ha determinado que el tipo de empresa con el cual se constituirá será como “Compañía de Responsabilidad Limitada’, cuya razón social será MAKY RURASKA Cía. Ltda. En la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, notariado en dicho Cantón.

La misma que realizara sus operaciones bajo el nombre comercial de “Centro de Interpretación cultural, artesanal Otavaleño “MAKY RURASKA’’; De acuerdo con la Súper Intendencia de Compañías vigente en el Ecuador.

Para constituir este tipo de empresa se debe tener un mínimo de 2 a 5 socios,la empresa contara con 5 socios con un capital de \$50.000 dólares americanos por cada accionista. Que da un total de \$ 250.000 dólares.

---

---

### **3.5.3 Razón y objeto social**

La razón social se refiere al nombre con el cual la empresa quedara registrada en la superintendencia de compañías con el cual desarrollara sus actividades.

El nombre seleccionado por la empresa es: “Maky Ruraska”

El objeto social se refiere al servicio que prestara la empresa.

El servicio que la empresa brindará es un centro de interpretación viva, donde se observará la cultura, los visitantes podrán ser parte del proceso de creación de las artesanías, conocerán más acerca de las tradiciones de los Kiwchas Otavalos y serán parte de las representaciones de danzas contemporáneas que transmitirán los saberes ancestrales del pueblo.

Este proyecto va dirigido a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad

### **3.5.4 Socios y representantes Legales**

Este proyecto contará con 5 socios para la constitución los cuales son:

Rosa Cotacachi

Marina Cotacachi

Silvia Lema

Sisa Cotacachi

Daky Gramal

La junta de accionistas elije a Sra. Marina Cotacachi, como la personería jurídica o representante legal quien ejercerá las funciones asignadas por la ley.

### **3.5.5 Ordenamiento Jurídico**

De acuerdo con lo señalado previamente en cuanto a la constitución de la empresa, a continuación se menciona los diferentes requisitos que este tipo de compañía solicita para su establecimiento como tal.

---

---

### **3.5.6 Registro mercantil**

Luego de constituir la empresa, se deberá tramitar el registro de la misma y el nombre del representante legal en el registro mercantil, el mismo que se encuentra ubicado en la Ciudad de Ibarra.

### **3.5.7 Registro único de contribuyente (RUC)**

Este proyecto de acuerdo a su objeto social realizara actividades económicas, motivo por el cual se debe obtener el registro único de contribuyente RUC, otorgado por el servicio de rentas internas del Ecuador, para la obtención del mismo se debe realizar los trámites de constitución correspondientes, en la superintendencia de compañías, registro mercantil, pago de impuestos, otros y presentar el formulario de petición de RUC, en el Municipio de Otavalo.

### **3.5.8 Registro patronal del IESS**

El proyecto se deberá cumplir con las obligaciones legales para cada empleado que vaya a trabajar en este proyecto, en cuanto a los requisitos para la obtención del número patronal son iguales a los anteriormente mencionados, se suma el RUC, el registro en el Ministerio de trabajo, de los contratos debidamente legalizados, y la respectiva solicitud al IESS.

NOTA: Los trámites descritos son los que primordialmente se realiza para la ejecución de este proyecto, en caso querido posteriormente se realizaran otros trámites como afiliación a cámaras u otros. Hay que mencionar que todos los gastos que se realicen por concepto de constitución serán detallados más adelante en la parte económica financiera.

### **3.5.9 Ministerio de Cultura**

Para su funcionamiento se debe dirigir al ministerio de cultura para poder ser categorizado y reconocido por el ministerio en la Provincia de Imbabura.

---

---

**REQUISITOS**

- Personería jurídica
- Enmiendas de la compañía
- Solicitud dirigida al Ministro de Cultura de Imbabura
- Aprobación de las enmiendas por parte del Ministerio de cultura
- Permiso otorgado

**TIEMPO**

- Dos semanas desde la fecha que solicitud de aprobación de las enmiendas.

**3.5.10 Fragmento de la escritura en donde se constituirá el Centro de Interpretación cultural, artesanal Otavaleño**

En la ciudad de Otavalo día martes veinte cinco de mayo del dos mil quince : ante Jaime Rosero Jácome, Notario Segundo de este Cantón, comparecen la Señora : Rosa Elena Cotacachi y el Sr.Daky Gramal , portando de la cedula de identidad números: 100131792-2, 100125706-0, , en el orden indicado ; son mayores de edad, cónyuges, hábiles según la ley , a quienes conozco, de lo que doy fe de común acuerdo entre todos y en calidad de que luego se indicaran dicen; que han convenido en elevar la escritura pública el contrato cuya minuta me presentan y que, copiada literalmente, es del tenor que sigue:- “ SEÑOR NOTARIO:- En su registro de sus escrituras públicas, sírvase en incorporar una que halle contenida en las siguientes clausulas;- ANTECEDENTES.-Al el terreno fue comprado al Señor Henrique Pinto ,quien fue propietario de dicho lugar en las calle Sucre entre Abdón Calderón y Bolívar en la ciudad de Otavalo – Provincia de Imbabura los cónyuges adquieren dicha propiedad por compra al Señor Henrique Pinto según escritura otorgada ante el que fue Notario del Cantón Otavalo, Señor Guillermo Jaramillo el día primero de Enero del dos mil catorce, e inscrita con el numero sesenta y tres, el trece de febrero del presente año.

---

### **3.6 Propuesta Administrativa**

La propuesta para el centro de interpretación cultural, artesanal Otavaleño va más allá de un simple lugar que exponen eventos culturales y artesanías, para este trabajo se propone un conjunto de servicios diferenciales que dará el servicio diferenciado que necesita la ciudad.

#### **3.6.1 Misión de la empresa**

La misión del centro de Interpretación cultural, artesanal Otavaleño “MAKY RURASKA”.

Buscamos difundir los saberes ancestrales, creando un espacio motivador de curiosidad, que inspire interés por las actividades culturales, artesanales integrando el entretenimiento y el comercio en el cantón.

#### **3.6.3 Visión de la empresa**

El centro de interpretación cultural, artesanal “MAKY RURASKA” se consolidara como un espacio de formación humana integral de amplio desarrollo de expresiones artísticas, con reconocimiento a nivel nacional por su capacidad de impulsar procesos de empoderamiento cultural, rescate y promoción de saberes ancestrales, memoria e identidad, dialogo e intercambio.

### **3.7 Objetivos**

#### **3.7.1 Objetivo general**

- Rescatar la identidad cultural del pueblo Otavalo través de la creación de un centro interpretativo cultural, “MAKY RURASKA”, que generando fuentes de trabajo y dinamizando la actividad económica y turística del sector, revaloriza la cultura y la artesanía autóctona.
-



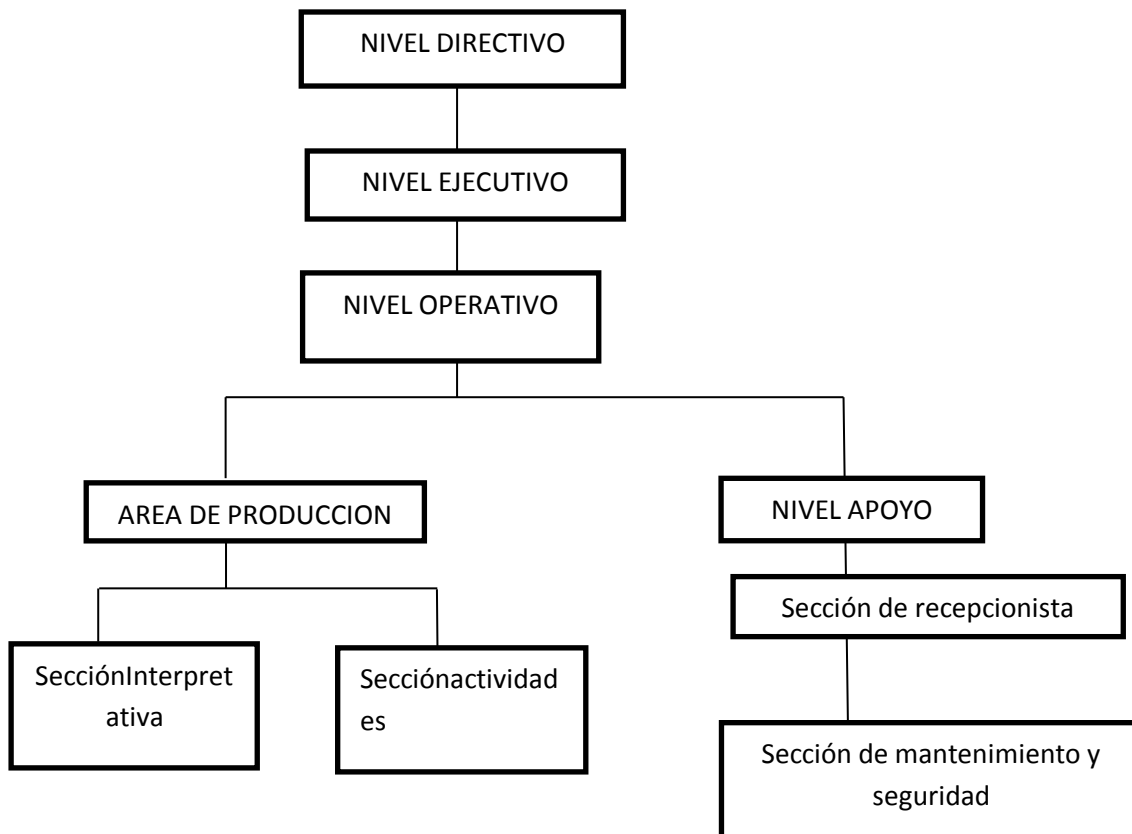
### 3.7.2 Objetivos específicos

- Determinar la viabilidad técnica de la propuesta.
- Determinar la viabilidad administrativa y legal.
- Desarrollar la propuesta comercial para la implementación del proyecto.
- Determinar la viabilidad económica y financiera de la propuesta.

### 3.8 Estructura organizacional

Dentro del proyecto la estructura organizacional de la empresa, se ha establecido por cuatro niveles, que deberán coordinar entre las actividades para el desarrollo exitoso del proyecto.

**Tabla 24: Estructura Organizacional**



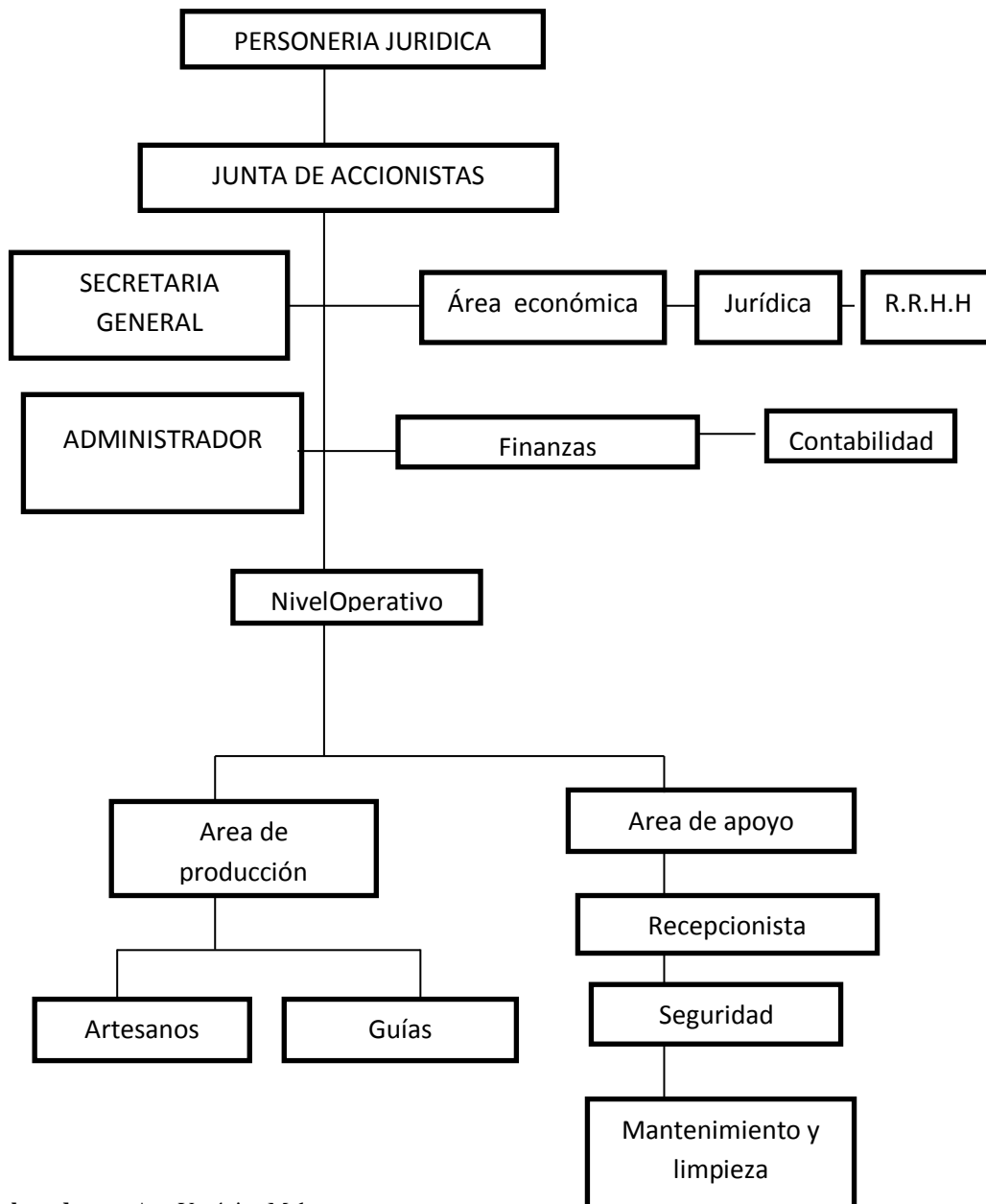
Elaborado por: Ana Verónica Males

#### 3.8.1 Estructura funcional

Es un punto crucial el constituir un conjunto de medios que nos permita organizar y dividir desempeños, y así lograr coordinación efectiva en la empresa.

A continuación se presenta el organigrama propuesto por el proyecto con sus diferentes áreas y puestos.

**Tabla 25: Estructura Funcional**



Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.9 Manual de funciones

Aquí se detalla los puestos y funciones que deben cumplir las personas que colaboran con el centro de interpretación.

Tabla 26: Manual de Funciones

Cargo	Funciones	Perfil	Competencias	Sueldo
<b>Secretaria general</b>	<p>Disponer, facilitar, y registrar expediente generada en la gerencia general.</p> <p>Elaboración de cartas, escritos, informes, contratos, acuerdos, actas, informes, facturas, y documentos en general.</p> <p>Citar a sesiones o reuniones.</p> <p>Trasladar el control de la agenda del gerente de área.</p> <p>Preparar los informes que se le soliciten.</p> <p>Llevar controles funcionarios vía expedientes, archivos, catálogos, computador u otros</p>	<p>Edad: 20-35 Años</p> <p>Nacionalidad: Ecuatoriana</p> <p>Sexo: Femenino (preferiblemente)</p> <p>Estado civil: casada o soltera</p> <p>NIVEL ACADÉMICO: Estudios de secretariado.</p> <p>Conocimientos del idioma Ingles.</p>	<p>CONOCIMIENTOS ADICIONALES</p> <p>Amplio manejo del sistema operativo WINDOWS, Word, Excel y Power Point.</p> <p>EXPERIENCIA LABORAL</p> <p>Preferible un año de experiencia en el puesto</p>	353.00
<b>Administrador</b>	<p>*Persona autorizada de marcha administrativa y contable del centro.</p> <p>*Manejar los aspectos económicos-financieros de la empresa.</p> <p>*Definir estrategias de impulso.</p> <p>*Fijar objetivos y estrategias para la empresa mensualmente.</p> <p>*Dirigir talento humano y motivar y comunicar.</p> <p>*Supervisar las actividades de la empresa en todas sus áreas.</p> <p>*Presentar informes a la junta de accionistas.</p>	<p>* Edad: 21 a 35 años,</p> <p>* Genero: F-M</p> <p>*Experiencia : 2 años</p> <p>*Formación académica:</p> <p>- Administración de empresas,</p> <p>*Conocimiento:</p> <p>- Ing. Turismo o Ecoturismo informáticos,</p> <p>-Administración Administración hotelera</p> <p>*Capacidad de liderazgo</p> <p>Que maneje el 80% de inglés y varios idiomas.</p>	<p>-Trabajo bajo presión</p> <p>-Habilidades numéricas</p> <p>- Liderazgo</p> <p>- Responsabilidad</p> <p>- Paciencia</p> <p>- Trabajo independiente y en equipo</p> <p>- Sociabilidad</p>	520.00

	*Controlar y supervisar presupuesto.			
<b>Guía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Personas encargada de dirigir los grupos de visitantes.</li> <li>* Elaborar y cumplir los itinerarios establecidos para los visitantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Edad: 20 -35 años</li> <li>Conocimientos:</li> <li>-Técnicas de comunicación.</li> <li>- Dinámica de grupos</li> <li>- Idiomas : inglés y es</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Guía profesional</li> <li>- Paciencia</li> <li>- Dinámico</li> <li>- Espontaneó</li> </ul>	\$ 353.00
<b>Recepcionista</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Generar información del centro</li> <li>* Guiar a los turistas por las diferentes secciones del centro.</li> <li>*Asesorar a los turistas acerca de las artesanías expuestas.</li> <li>*Realizar contactos</li> <li>*Atención al cliente</li> <li>*apoyar al administrador en sus funciones.</li> <li>*Coordinar el área comercial.</li> <li>*Dar información turística de la historia de las artesanías de Otavalo.</li> <li>*Manejar el área de descanso, recepción, información.</li> <li>*Entregar material publicitario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Edad : 21-30 años,</li> <li>-Géneros : F-M</li> <li>-Experiencia: 2 años</li> <li>-Formación académica:</li> <li>-área de turismo, ventas,</li> <li>-Conocimientos:</li> <li>Centro de interpretación.</li> <li>marketing ,actividad artesanal</li> <li>y manejo de productos</li> <li>artesanales, maquinaria</li> <li>*Idiomas: inglés y otros</li> <li>idiomas adicionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Habilidades verdales</li> <li>-Trabajo en equipo</li> <li>-Gentil</li> <li>-Respetuosa</li> <li>-Carismática</li> </ul>	353.00

<b>Artesano</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Estar a cargo del taller de exposición de artesanías.</li> <li>-Elaborar artesanías para su exposición.</li> <li>-Enseñar a los turistas los procesos de elaboración de artesanías.</li> <li>-Permitir a los turistas participar en la elaboración de artesanías.</li> <li>-Dar el mantenimiento y limpieza a su área del taller.</li> </ul>	Edad : 20 a 4 Experiencia : Manejar las herramientas artesanales, genero hombre o mujeres indígena Otavalo, experiencia un año en	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Habilidad verbal</li> <li>-Trabajo independiente y en equipo</li> <li>-Amabilidad</li> <li>- Paciencia</li> <li>- Trabajar en grupo</li> </ul>	353.00
<b>Mantenimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Realizar la limpieza de las instalaciones y productos.</li> <li>-Administra los suministros de limpieza de forma adecuada.</li> <li>-Recolectar la basura del lugar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edad: 20 a 30 años</li> <li>- Género: F-M indígena</li> <li>- Experiencia: 6 meses</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabilidad</li> <li>-Trabajo independiente</li> <li>Flexibilidad</li> <li>-Agilidad</li> <li>-Periodos de pie largos</li> </ul>	353.00
<b>Seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Vigilar y controlar el acceso de las personas al centro interpretativo.</li> <li>-Velar por el orden y la seguridad del centro.</li> <li>-Puntualidad al abrir y cerrar el centro.</li> <li>-Entrega de correspondencia.</li> <li>-Asegurar la conservación de los bienes de la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Edad : 25-40 años</li> <li>-Licencia : Seguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Amable</li> <li>-Respetuoso</li> <li>-Flexible al horario</li> <li>-Honesto</li> <li>-Pendiente</li> <li>-Listo</li> </ul>	353.00

Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.10 Valores de la empresa

**Tabla 27 : Valores**



1. **Honestidad:** Tanto con los miembros de la empresa como los turistas que visiten el lugar.
2. **Responsabilidad:** Desempeñar su trabajo con un alto grado de responsabilidad y compromiso con la empresa.
3. **Puntualidad:** Cumplir con los horarios establecidos sin tener que recurrir a penalizaciones.
4. **Respeto:** Para toda persona ya sea compañero de trabajo, turista, proveedor, artesano es decir respeto entre todos.
5. **Excelencia:** Realizar todas las actividades con calidad para entregar a los turistas los mejores productos y servicios.
6. **Trabajo en Equipo:** Busca que los miembros de la empresa se dirijan en una misma dirección.
7. **Pro actividad:** Estar dispuesto a afrontar las diferentes situaciones que se presenten en la empresa de la mejor forma posible.

---

### **3.11 Elaboración de la Propuesta Operativa**

Para determinar la factibilidad del proyecto se ha tomado en cuenta aspectos como el resultado de las encuestas del estudio de mercado y el tamaño de la muestra y el sitio donde se va situar el Centro de Interpretación. Detallando de esta manera cada componente que se manejara para el funcionamiento del Centro de interpretación Cultural, Artesanal Otavaleño” MAKY RURASKA”

#### **3.11.1 División de áreas del centro de interpretativo**

Las áreas que constituirán el centro de interpretación

#### **3.11.2 Servicios ofertados**

El centro de interpretación cultural, artesanal Kiwcha “MAKY RURASKA” contará con los siguientes servicios.

- “Tandanajuna Huku” Centro de información
  - “Hatun Hukupy Rimaricuna” Sala de interpretación artesanal
  - “Risinakuna” Sala del conocimiento
  - “Shinanakuna Huku” Sala de talleres
  - “Ñukanchi Takikuna Ricuna” Sala de eventos culturales
  - “Tushuna Huku” Observatorio de danzas contemporáneas
  - “Yuyari Huku” Cuarto del recuerdo
  - “Nanda Puriska” Camino hacia el pasado
  - Terraza del canso “SAMAPAY”
-

**Tabla 28: Descripción de salas**

N° de sala	Nombre de sala	Significado	Función
1	“Tandanajuna Huku”	Centro de Información	El centro de interpretación contara con una sala de información preliminar equipado para ayudar con orientación e información al turista. Se contara con trípticos y folletos con información documentada de todos los establecimientos de servicios turísticos del Cantón y la Provincia.
2	“Hatun Hukupi Rimaricuna”	Sala de interpretación artesanal	En esta sala se preverá de maquinaria, herramientas y materia prima con la cual se va a demostrar el procedimiento de las artesanías que se expenden en la Plaza de Ponchos y conocerán la manera milenaria de cómo se creaban y los significados tenían las figuras y los objetos que creaban.
3	“Risinakuna”	Sala de conocimiento	Se demostrara la cultura su vestimenta, sus ideologías su cosmovisión y sus tradición.  La utilización de sombrero en las mujeres y el cambio de vestimenta y sus tradiciones, después de la conquista de los españoles.  Porque los indígenas decidieron ser artesanos, herramientas



			y lugar donde fueron esclavizados.
4	“Shinanakuna Huku”	Sala de talleres	Tendrá área donde se impartirá los saberes ancestrales, y técnicas para elaborar artesanía, y saber manejar la maquinaria y las herramientas. También habrá varios talleres como danza, teatro, cocina ancestral e clases de Kiwcha.
5	“Ñukanchi Takikuna Ricuna”	Sala de eventos culturales	Otavalo es conocido como la ciudad intercultural, donde podrán aprender de las vivencias indígenas de su pasado hasta la modernidad, de una manera divertida, mediante interpretaciones culturales, teatro de sus ritos y sus creencias y sin olvidar de sus mitos e historias.
6	“Tushuna Huku”	Observatorio de danzas contemporáneas	Se tendrá un espacio único donde podrán los turistas observar danzas contemporáneas, creando así un espacio donde el cliente se sienta ajustó de estar en un lugar mágico como Otavalo.
7	“Yuyari Huku”	Cuarto del recuerdo	Contará con un área donde expondremos la vida milenaria de los Kiwchas Otavalos, de los mindalaes y por qué Otavalo están conocido por su cultura y la tradición que aún no muere, por medio de fotos, videos etc.
8	“Ñanda Puriska”	Camino hacia el pasado	Será un recorrido para conocer lo ancestral de los Kiwchas Desde el la conquista española hasta el hoy día, estará

			equipado de fotografías y muñecos donde sabrán el pasar del tiempo desde las segregación por la que vieron que pasar y por qué decidieron ser artesanos y tejes productos..
9	“Samapay”	Terraza del descanso	Se localizara en la terraza del centro de interpretación donde los turistas podrán descansar y observar el majestuoso Taita Imbabura, descansa y tomar fotos de espectáculo que habrá en diferentes horarios.

**Elaborado por:** Ana Verónica Males

---

### 3.12 Diseño arquitectónico

La fase del diseño arquitectónico lo constituyen los diferentes planos, en los cuales se indican la distribución del centro interpretativo con todos sus componentes.

A continuación se detalla las siguientes láminas:

- a) Lámina 1: Planta arquitectónica
- b) Lámina 2: Planta implantación
- c) Lámina 3: Fachadas

El centro de interpretación cultural, artesanal Otavaleño “Maky Ruraska”, es una construcción de dos plantas, en la primera encontramos 7 salas de exhibiciones por ejemplo, sala de audiovisuales, observatorio y sala de eventos culturales.

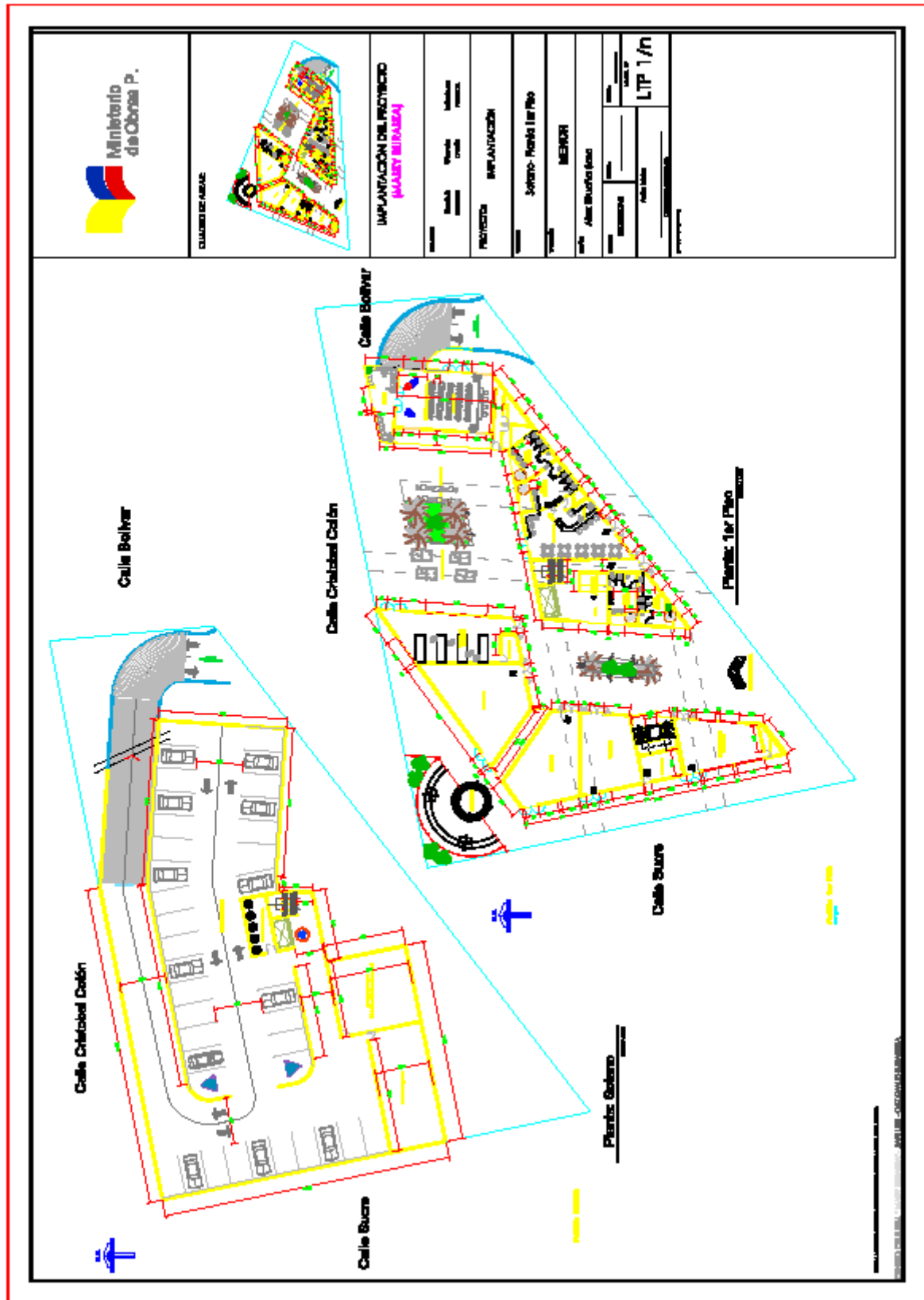
En la segunda planta estará 1 salas de exhibición y la zona de descanso con un balcón y una vista admirable de la belleza del taita Imbabura.

El recorrido a seguir por parte de los turistas será el siguiente:

El guía les dará la bienvenida y procederá a ingresar al centro de información 1° sala denominada “*Tandanajuna Huku*”, luego se dirigirán por el camino denominado “*Ñanda Puriska*” hacia la 2° sala denominada “*Yuyari Huku*” subsiguientemente ingresaran a la 3° sala denominada “*Hatun Hukupy Rimaricuna*”, posteriormente ingresan a la 4° sala denominada “*Shinakuna Huku*”, luego tendrán un descanso de 30 minutos en la terraza del centro denominada “*Samapay*”, donde pueden disfrutar del ambiente cultural y”, además el centro cuenta con una tienda de recuerdo denominada “*Risnakuna*” donde pueden observar cómo fue la vestimenta indígena del ayer y del hoy , ofrece también espacios verdes donde pueden descansar ; después de los 30 minutos finalmente se dirigirán a la 5° sala denominada “*Tulluna Huku*”, donde observaran danzas teatrales de la cultura Kiwcha Otavaleña.

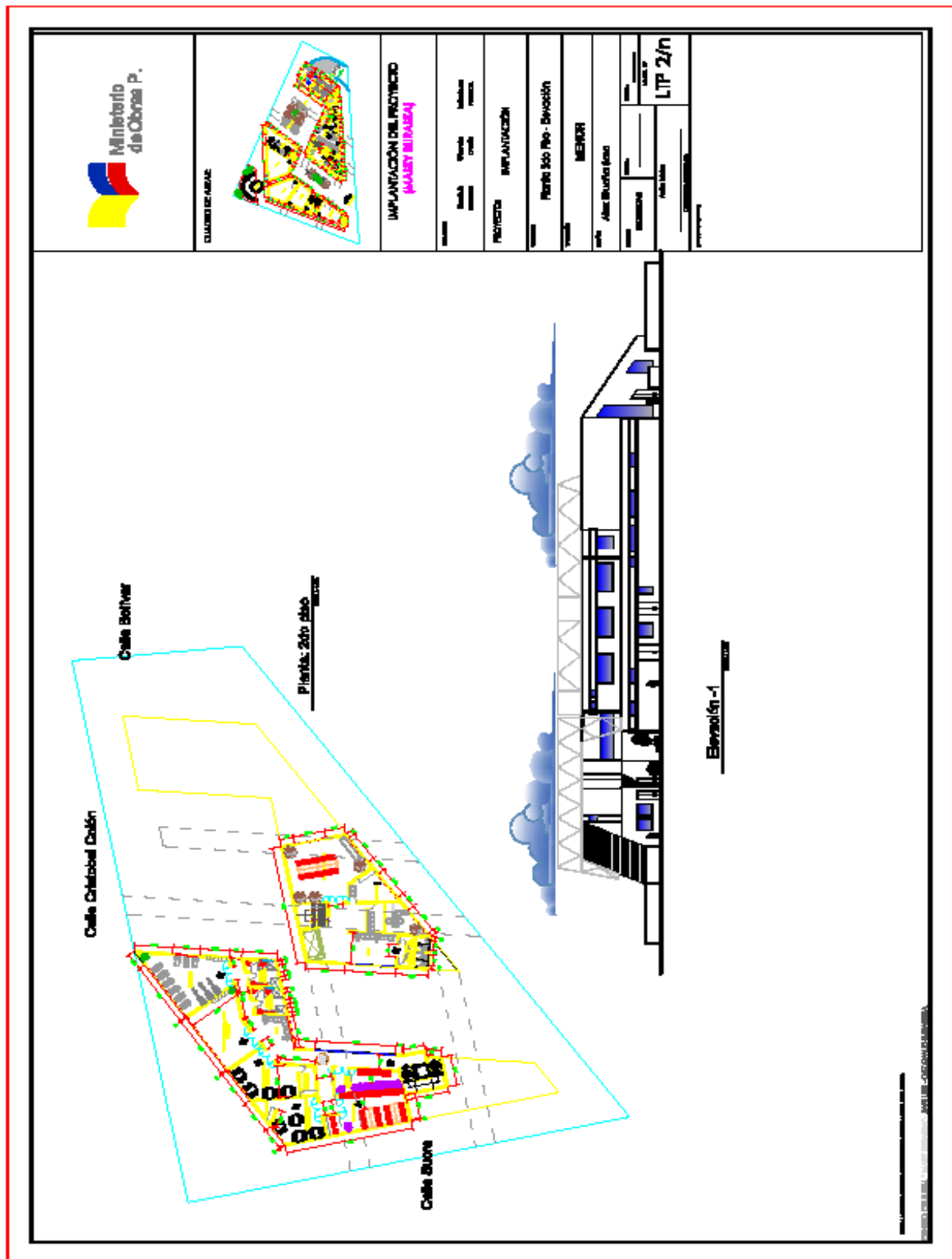
---

Plano 1 : Planta Arquitectónica



Elaborado por: Arq. Alex Tituaña

Plano 2 : Implantación



Elaborado por: Arq. Alex Tituaña

**Plano 3 : Implementación**

**Maky Ruraska**  
centro cultural

Proyecto

Calle Cristobal Colón/ S.Bolívar - A.Sucre



Área de Circulación



Área de Exposición



Planificación



Área de recreación



Área de Comidas



Área Auditorio



Elaborado por: Arq. Alex Tituaña

### 3. 12.1 Equipamiento salas

Distribución espacial del centro de interpretación, cultural, artesanal Otavaleño

“MAKY RURASKA”

#### 3.12.1.1 Nombre de la sala: Tandanjuna Huku (Recepción) #1

**Función:** Dar la bienvenida al centro y brindar información de la cultura y entrega de folletos y audio de las épocas coloniales de Otavalo.

**Tabla 29: Equipamiento "Tandanjuna Huku"**

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	2	200.00	400.00
Counter de recepción	2	280.00	560.00
Silla giratoria	10	35.00	350.00
Mesa de reuniones	1	200.00	200.00
Sillas de descanso	10	300.00	3.000.00
Publicidad		1.000.00	1.000.00
Computador	2	800.00	1.600.00
Teléfono fax	2	200.00	400.00
Material informativo		800.00	800.00
Basureros	2	10.00	20.00
Archivero	2	50.00	100.00
Papelería y suministros		100.00	100.00
Botellones de agua	2	20.00	20.00
<b>Total</b>			<b>8.550.00</b>

Elaborado por: Ana Verónica Males

**3.12.1.2 Nombre de la sala: Yuyari Huku (Cuarto del Recuerdo) #2**

**Función:** Una muestra cronológica de los indígenas Otavalos cultura, tradición y dominación española.

**Tabla 30: Equipamiento "Yuyari Huku"**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Fotografías		1.000.00	1.000.00
Cuadros	30	30.00	900.00
Muñecos de será		3.000.00	3.000.00
Iluminación		1.000.00	1.000.00
Diseñador de interior		1.000.00	1.000.00
<b>Total</b>			<b>6.900.00</b>

Elaborado por: Ana Verónica Males

**3.12.1.3 Nombre de la sala: Hatun Hukupy Rimaricuna (sala de interpretación Artesanal)# 3**

**Función:** Esta sala se preverá de maquinaria, herramientas y materia prima y se demostrara el proceso de crear una artesanía, su significado de los colores y diseños.

**Tabla 31 : Equipamiento " Hukupy Rimaricuna"**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Maquinaria	10	300.00	3.000.00
Telares	4	250.00	1.000.00
Diversas Herramientas	55	90.00	5.000
Bovinos	5	30.00	150.00
Materia prima		2000.00	2.000.00
Ruedas	8	20.00	160.00
Esteras	20	15.00	300.00
<b>Total</b>			<b>23.220.00</b>

Elaborado por: Ana Verónica Males



**3.12.1.4 Nombre de la sala: Shinakuna Huku #4**

**Función:** Esta área está dedicada a impartir los saberes ancestrales, que el turista manipule la maquinaria y trate de elaborar por su propia mano las artesanías, dando así un sentido dinamizador y revalorizando las herramientas.

**Tabla 32: Equipamiento "Shinakuna Huku"**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Mesas	20	30.00	600.00
Sillas	40	15.00	600.00
Herramientas	10	25.00	250.00
<b>Total</b>			<b>1.450</b>

Elaborado por: Ana Verónica Males

**3.21.5 Nombre de la sala: samay #5**

**Función:** Estará ubicado en la terraza del centro donde los turistas podrán descansar y observar el majestuoso Taita Imbabura, tomar magnificas fotos.

**Tabla 33 : Equipamiento " Samay"**

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
Sillas	50	15.00	750.00
Mesas	25	25.00	625.00
Sombrillas	25	25.00	625.00
Sofás de descanso	5	300.00	1.500.00
Tapices	15	25.00	375.00
Diseñador de interiores		1.000.00	1.000.00
<b>Total</b>			<b>4.875.00</b>

Elaborado por: Ana Verónica Males

**3.21.6 Nombre de la sala: Risikuna # 6**

**Función:** Es necesario contar con un espacio donde los turistas puedan disfrutar de la forma cronológica de la vestimenta del ayer y el hoy, como fue cambiando.

**Tabla 34: Equipamiento "Risihuku"**

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
maniquís	1	3.000.00	3.000.00
Vestimenta		1.500.00	1.500.00
Joyería	1	800.00	800.00
Decoración	1	700.00	700.00
Escritorio caja	1	450.00	450.00
Computadora caja	1	500.00	500.00
Estructura digital	1	550.00	550.00
Gigantografías		1.000.00	1.000.00
Iluminación		1.000.00	1.000.00
Menaje		800.00	800.00
Diseñador		1.000.00	1.000.00
Otros		500.00	500.00
<b>Total</b>			<b>11.800.00</b>

Elaborado por: Ana Verónica Males

**3.12.1.7 Nombre de la sala: Risinakuna - 7**

**Función:** es crear en el cliente la imagen de las mujeres su manera de vestir, trabajar, criar niños y mantener, bajo el contexto que conozcan la vida del día de los años pasados.

**Tabla35 : Equipamiento Warmy Huku**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Artesanías		3.000.00	3.000.00
Joyería		1.000.00	1.000.00
Vidriería		1.000.00	1.000.00
Vestimenta		1.000.00	1.000.00
Artículos necesarios		1.000.00	1.000.00

<b>Vitrinas</b>	20	250.00	5.000.00
<b>Stands</b>	30	300.00	9.000.00
<b>Mesa de madera</b>	10	50.00	500.00
<b>Decoración</b>	1	1.000.00	1.000.00
<b>Total</b>			<b>22.500.00</b>

Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.12.1.8 Nombre de la sala: Tulluna Huku (Observatorio de danza - 8)

**Función:** Se realizara danzas contemporáneas y será para el deleite de las personas que observen las danzas tradicionales del Cantón

**Tabla 36: Equipamiento "Tulluna Huku"**

Descripción	Cantidad	Valor por unidad	Total
<b>Luces</b>		800.00	800.00
<b>Equipos de música</b>		1.000.00	1.000.00
<b>Amplificación</b>		800.00	800.00
<b>Proyectores</b>	1	450.00	450.00
<b>Teatro</b>	1	1.000.00	1.000.00
<b>Sillas sofá</b>	50	25.00	1.250.00
<b>Diseñador de interiores</b>		1.000.00	1.000.00
<b>Total</b>			<b>6.300.00</b>

Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.12.1.9 Nombre de la sala: Ñukanchi Takita Ricuna (Sala de eventos culturales 9)

**Función:** Área donde se observara danzas teatrales de la vida de los Kiwchas Otavalo, tradición, cultura.

**Tabla 37 : Equipamiento "Ñukanchi Ricuna"**

Descripción	Cantidad	Valor por unidad	Total
<b>Sillas</b>	50	20.00	1.000.00
<b>Vestuario</b>		1.000.00	1.000.00
<b>Decoración y diseño</b>		2.000.00	2.000.00
<b>Equipos de Música</b>		1.000.00	1.000.00
<b>Amplificación</b>		1.000.00	1.000.00
<b>Luces</b>		1.000.00	1.000.00
<b>Total</b>			<b>7.000.00</b>

Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.12.1.10 Nombre del camino: Ñanda Puriska

**Función:** Sera un recorrido para conocer lo ancestral de los Otavalo

**Tabla 38: Equipamiento " Ñanda Puriska "**

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
Tapices	50	25.00	1.250.00
Gigantografías	20	25.00	500.00
Esteras	20	20.00	400.00
Pondos de barro	50	25.00	1.250.00
Diseñadora		1.000.00	1.000.00
<b>Total</b>			<b>4.400.00</b>

**Elaborado por:** Ana Verónica Males

### 3.13 Diagrama de Proceso

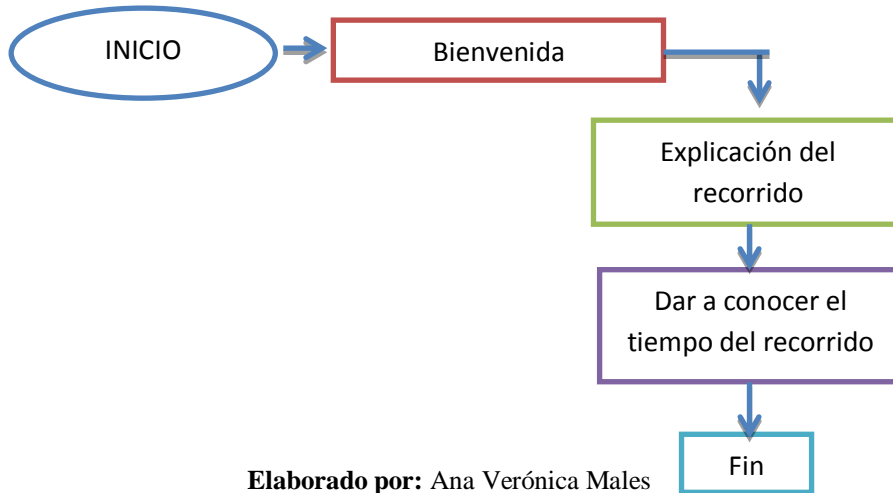
A continuación se describe de manera gráfica los procesos productivos del centro de interpretación cultural, artesanal “Maky Ruraska” para los futuros clientes.

El recorrido a seguir por parte de los turistas será el siguiente:

El guía les dará la bienvenida y procederá a ingresar al centro de información 1° sala denominada “*Tandanajuna Huku*”, luego se dirigirán por el camino denominado “*Ñanda Puriska*” hacia la 2° sala denominada “*Yuyari Huku*” subsiguientemente ingresaran a la 3° sala denominada “*Hatun Hukupy Rimaricuna*”, posteriormente ingresan a la 4° sala denominada “*Shinakuna Huku*”, luego tendrán un descanso de 30 minutos en la terraza del centro denominada “*Samapay*”, donde pueden disfrutar del ambiente cultural”, además el centro cuenta con una sala de recuerdo del pasado denominada “*Risnakuna*” donde pueden observar artesanía , ofrece también espacios verdes donde pueden descansar ; después de los 30 minutos finalmente se dirigirán a la 5° sala denominada “*Tulluna Huku*”, donde observaran danzas teatrales de la cultura Kiwcha Otavaleña.

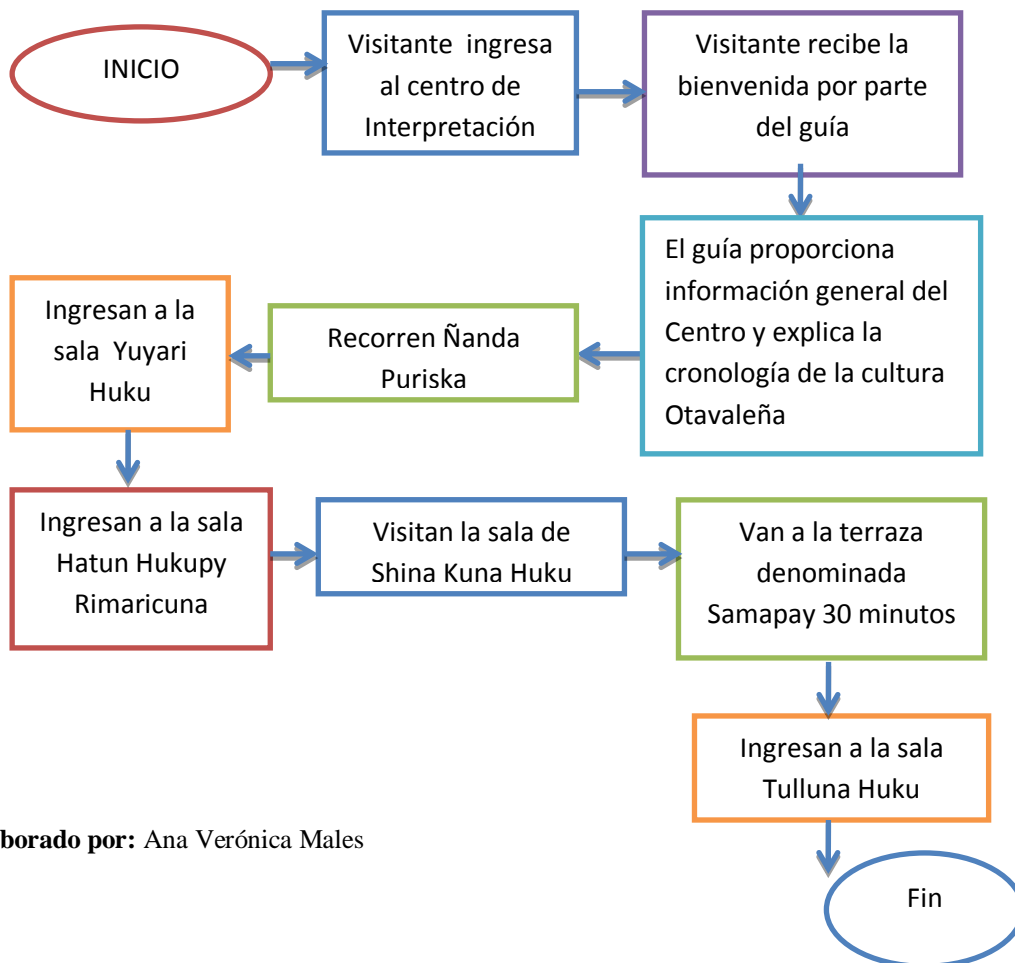
**Tabla 39 : Diagrama de procesos**

**a) Recepcionista**



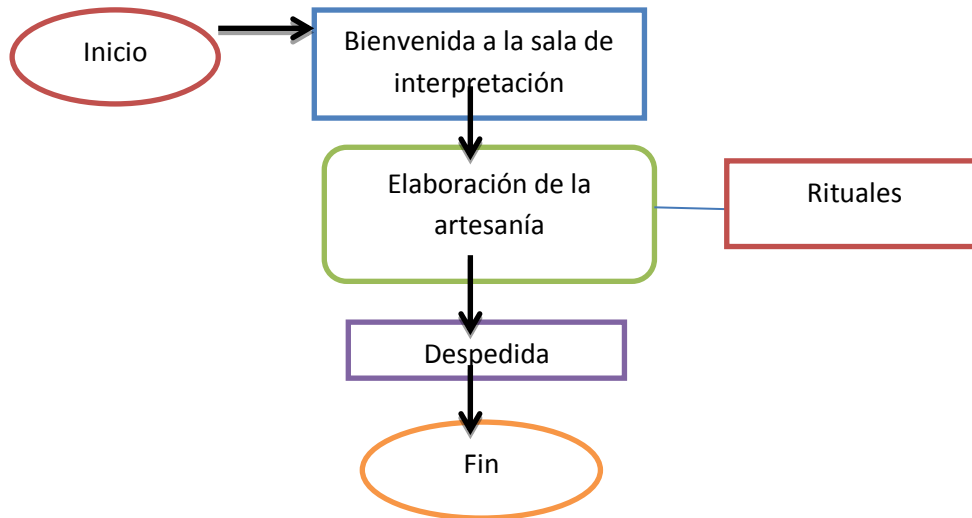
**b) Guía**

**Tabla 40: Guía**



## C) Artesano

Tabla 41: Artesano



Elaborado por: Ana Verónica Males

## 3.13.1 Flujo grama de Recorridos

Tabla 42: Flujo grama de recorridos

Actividad	Símbolo	Tiempo
1 : Ingreso y explicación de la Cultura		15
2: Explicación de cada habitación del significado y proceso		15
3: Visita de talleres y elaboración de la artesanía		30
4: Simbología mediante danza tradicionales		20
5: Teatro vivo de la viva kiwcha		20
6: Recorrido por el sendero del Runa		20
TIEMPO		120

Elaborado por: Ana Verónica Males

**3.14 Elaboración de la Propuesta técnica Museográfica**

1. : Línea cronológica : Primer elemento
2. Estructura del guion

**3.14.1 Línea cronológica de la Época Prehispánica**

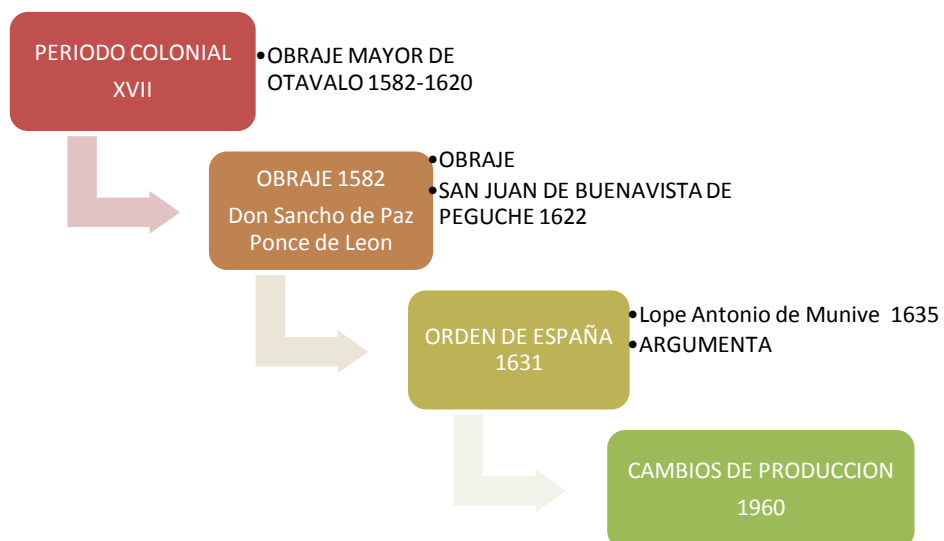
**Tabla 43: Línea cronológica**



Elaborado por: Ana Verónica Males

**3.14.2.- Segundo Elemento: Época Colonial**

**Tabla 44: Época colonial**



Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.15.- Estructuración del guion

A partir de las líneas cronológicas definidas anteriormente, se han determinado los siguientes guiones para cada una de las épocas del pasado y presente de la Artesanía.

#### a) Guion técnico

**Tabla 45: Guion técnico para la época prehispánica**

Período	Cronología	Contenido
Período formativo		No podemos precisar con exactitud la presencia del primer hombre que pisó suelo y fértiles tierras, algunos miles de años sin lugar a dudas dejan testimonios del asiento en la comarca, mismos que están representados hasta nuestros días por testimonios arqueológicos; sabemos que la interacción de los primeros grupos cazadores recolectores van haciendo su arraigo al correr de miles de años en su afán de subsistir.
Período de integración		Se organizan grupos humanos cada vez más cuantiosos regulando su existencia social del diario vivir con mecanismos que permitieron el surgimiento de identidades colectivas particulares sobre un substrato de comunidad regional
Dominación inca		Estas formas de organización de los Imbayas, Sarances y en especial las de Otavalo, fueron codiciadas por los Incas, quienes comandados por Túpac-Yupanqui, avanzaron hacia Atuntaqui, Cayambe, Otavalo, para dominarlos, cosa que no fue fácil, ya que Hualcopo y Caranqui, junto con Caciques de Cayambe y Otavalo, organizaron una resistencia inquebrantable que duró aproximadamente 17 años.



Período paleoindio		Seguidamente de las guerras incásicas llegó la invasión española, donde organizaciones indígenas de Cayambe, coordinadas y dirigidas por los caciques Píntag y Mazacote Puento, debilitaron las agresiones de los invasores.
Período regional		A pesar de todos estos esfuerzos, en 1534 se da lugar la fundación española con asiento en Otavalo, probablemente en la parcialidad de Santiaguillo. Se puso como límites: al norte, la provincia de Pastos, al sur el río Pisque, al oriente San Miguel de Sucumbíos y el territorio de los Mocoas y por el occidente la antigua provincia de Atacames, hasta la unión de los ríos Guayllabamba y Llumiragua.
Conquista Española		Los intereses tanto de los Incas como de los españoles eran conquistar comunidades organizadas y productivas, es así como Otavalo fue vista como una fuente inagotable de riqueza, por su agricultura y por el desarrollo de las artesanías. Por un lado, los Incas introdujeron el sistema de Mitimaes para intercambio de conocimientos, garantizando de esta manera la producción, por otro lado, los españoles aprovecharon todas estas formas de organización e implementaron mecanismos de explotación generadores de riqueza que salían a modo de tributos, a través de la mita, el concertaje.

Fuente: (Villavicencio, 1990) Elaborado por: Ana Verónica Males

### b) Guion técnico para la época colonial

PERÍODO	CRONO	CONTENIDO
Periodo colonial	XVII	A pesar de todos estos esfuerzos, en 1534 se da lugar la fundación española con asiento en Otavalo. Los intereses tanto de los españoles eran conquistar comunidades organizadas y productivas, es así como Otavalo fue vista como una fuente inagotable de riqueza, por su agricultura y por el desarrollo de las artesanías. Los españoles aprovecharon todas estas formas de organización e implementaron mecanismos de explotación generadores de riqueza que salían a modo de tributos, a través de la mita, el concertaje. En 1557, se establece el Corregimiento de Otavalo. Para Noviembre de 1811, la Junta Gubernativa y Capitanía General de Quito, asciende al Corregimiento de Otavalo a la Categoría de Villa.
Obraje mayor de Otavalo	1582 -1620	En el tiempo de la Colonia, en la región de Otavalo funcionaban varios obrajes, que eran "fábricas de paños ordinarios, bayetas y otros tejidos de lana" donde los indígenas trabajaban en condiciones infrahumanas.  A fines del siglo XVI, el obraje Mayor de Otavalo, que contaba con 500 trabajadores, era uno de los más importantes de la Audiencia de Quito, allí se producía "paños, jergas, frazadas y pañetes"
Don Sancho de Paz Ponce	1582	El más notable y conocido corregidor de Otavalo del siglo XVI que en su Relación de 1582 dice: "los tratos que hay entre los naturales en hacer mantas de algodón y venderles por oro a españoles y a indios para pagar sus tributos".
Obraje San José de Buenavista de Peguche	1622	En 1622 se fundó el obraje de San Joseph de Buenavista de Peguche, que tenía entre 200 y 300 indios para su funcionamiento; su producción más importante eran paños y bayetón azul, para uniformes del ejército y hábitos de congregaciones religiosas, lo mismo que jergas y bayetas, para ropa de personas pobres.
Orden de España	1631	En 1631, ante una orden del rey de España para cerrar y demoler los obrajes, donde se cometían innumerables abusos contra los indios

Lope Antonio de Munive	1635	Lope Antonio de Munive, presidente de la Audiencia, argumentaba que por no haber minas ni otra fuente de trabajo para los indígenas, se conserven los obrajes, puesto que el oficio textil "que además de ser el que entienden y al que se acomoden mejor respecto de su natural flojedad, trabajan a la sombra con más comodidad que en la cultura de los campos". En 1684, el rey aceptó el pedido de Munive.
Cambios de producción	1960	<p>Pero la producción textil no permaneció en su línea tradicional y los cambios más importantes se dieron desde mediados de la década de 1960, hasta el presente, por la influencia de varios factores: la introducción de fibras acrílicas (orlón) en el mercado local, materia prima que desplazó a la lana y que obliga a volverse tejedores a quienes eran hiladores; la construcción de la actual carretera panamericana que facilitó el flujo turístico a Otavalo, lugar que se convirtió en uno de los puntos de visita casi obligatoria para los extranjeros; la construcción del nuevo mercado "Centenario" por el Instituto Otavaleño de Antropología, con recursos económicos y ayuda técnica de los Países Bajos; etc</p> <p>Con sus técnicas ancestrales y con las herramientas y tecnologías que aportaron los conquistadores castellanos, los indígenas, en sus propios talleres, continuaron trabajando en la producción de ponchos, fajas, lienzos, bayetas, etc., para su uso. Con el paso del tiempo se dedicaron a tejer chalinas, cobijas y otros artículos para los consumidores blanco-mestizos de la cabecera cantonal. Ante el incremento de la demanda de textiles, los artesanos Otavaleños compraron telares mecánicos a las industrias que renuevan sus equipos obsoletos. Así se comenzó a producir enormes cantidades de objetos exactamente iguales, de inconfundible origen industrial, que son promocionados y vendidos como "Artesanía Otavaleña".</p> <p>Aún estamos a tiempo no solo de salvar sino de fortalecer y mejorar una importantísima actividad, que se ha convertido en fuente de recursos económicos y de trabajo en Otavalo.</p>

**Fuente:** (Villavicencio, 1990)**Elaborado por:** Ana Verónica Males

---

### 3.16 Propuesta de Promoción

#### 3.16.1 Producto

##### 3.16.1.1 Valor Diferencial

El proyecto del Centro de Interpretación cultural, artesanal Otavaleño “Maky Ruraska”, cuenta con características primordiales que marcan la diferencia son:

- 1) Muestra permanente del patrimonio, la cultura y el proceso de elaboración de artesanías del pueblo Kiwcha
- 2) Presentaciones vivas de música y danza contemporánea que representa las costumbres de Otavalo

#### 3.16.2 Branding

- 1) **Nombre:** “MAKY RURASKA” – Centro de Interpretación cultural , Artesanal Otavaleño
- 2) **Slogan:** “ Puringapa Punda Kawsayta Hama Guañuchun” - “Caminando por el pasado que no muere”

#### 3.16.3 Logotipo:

Grafico 4 : Logo



Elaborado por: Ana Verónica Males

---

### 3.16.4 Precio

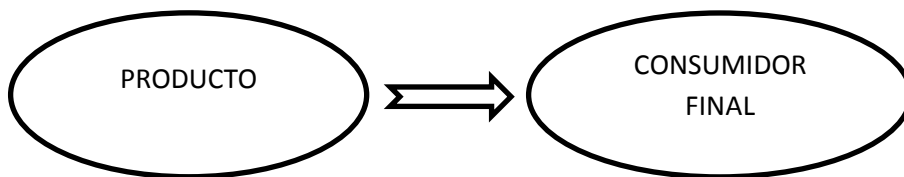
El precio se estableció basándose en los resultados de las encuestas aplicadas el valor por turista nacional y extranjeros será de \$ 5 dólares.

### 3.16.5 Plaza

#### 3.16.5.1 Canal directo, forma directa

El centro de interpretación cultural, artesana Otavaleño “Maky Ruraska” comercializara su producto directamente entre el productor y el consumidor final.

**Tabla 46: Canal directo**



Elaborado por: Ana Verónica Males

#### 3.16.5.2 Canal detallista, Forma indirecta

El centro de interpretación para distribuir su producto por mediadores – detallista entre el productor y el consumidor final. Estos pueden ser: agencias de viajes, operadores de turismo o establecimientos de alojamiento, restaurants.

**Tabla 47: Forma indirecta**



Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.17 Promoción

#### 3.17.1 Plan de Comercialización

**Tabla 48: Plan de Comercialización**

Target	Canal	Técnica	Medios publicitarios	cantidad	Precio unit.	Precio total
Turistas nacionales y extranjeros	Directo	Medios de información	Trípticos	5000	0.12	600
			Vallas	4	300	1.200
		Establecimientos turísticos	folletos	5	250	1.250
			Agencias	Spot publicitario	2	1000
		Hoteles	Centros de información	1	600	600
		Redes sociales	Vallas	4	300	1200
			Banners	1	300	100
			Página web	1	300	300
Público en general			Revistas	5	240	1200
			TOTAL			

**Elaborado por:** Ana Verónica Males

#### 3.17.2 Publicidad

Para determinar los medios publicitarios se basó en el estudio de la demanda, en el cual los turistas nacionales y extranjeros utilizan el internet como medio primordial de información. Los medios publicitarios se deben realizar en dos idiomas en Inglés y español.

### 3.17.3 Pagina web

El centro de interpretacion ofertara sus servicios enciberneticos en el sitio web:

[www.makyruraska.com](http://www.makyruraska.com)

**Grafico 5 : Pagina**



**Elaborado por:** Ana Verónica Males

### 3.17.4 Tripticos

La informacion que se encontrar en la hoja volante sera el nombre de la empresa, varias fotos emblematicas que estara ubicada los lados , con la informacion, mision, vision y lo y lo que ofrece el horario.

**Lado A**

**Grafico 6 : Lado A**





**MISIÓN DE LA EMPRESA**

La misión del centro de Interpretación cultural, artesanal Otavaleño "MAKY RURASKA" es generar un cambio de esquemas de pensamientos, creando un escenario para representar la cultura y los procesos ancestrales de las artesanías de una manera innovadora. Buscamos difundir los saberes ancestrales, creando un espacio provocador de curiosidad, que inspire interés por las actividades culturales, artesanales integrando el entretenimiento y el comercio en el cantón.

**CENTRO DE INTERPRETACION CULTURAL,ARTESANAL OTAVALEÑO «MAKY RURASKA»**



Activar Windows  
Ir a Configuración de PC para  
[www.makyruraska.com](http://www.makyruraska.com)

**Elaborado por:** Ana Verónica Males

**Lado B**

**Grafico 7: Lado B**






**Servicios ofertados**

- El centro de interpretación cultural, artesanal Kiwcha "Warmy Maky" contará con los siguientes servicios.
- "Tandanajuna Huku" Centro de información
- "Hatun Hukupy Rimaricuna" Sala de interpretación artesanal
- "Risinakuna" Tienda de recuerdos
- "Shinapakuna Huku" Sala de talleres
- "Nukanchi Takikuna Ricuna" Sala de eventos culturales
- "Tushuna Huku" Observatorio de danzas contemporáneas
- "Yuyari Huku" Cuarto del recuerdo
- "Nanda Puriska" Camino hacia el pasado
- Terraza del canso "SAMAPAY"
- Cafetería "Misky"
- Parqueadero "Antagua Alichina Huku"
- Áreas verdes





**Elaborado por:** Ana Verónica Males



### 3.17.5 Volantes

La información que se encontrar en la hoja del volante será el nombre de la empresa, una foto emblemática con el logo de la empresa y la información de horarios y precio.

#### Grafico 8: Volantes



Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.17.7 Vallas Publicitarias

Cada valla tendrá una imagen el nombre del centro. Cada valla estará ubicada en puntos estratégicos

#### Grafico 9 : Vallas



Elaborado por: Ana Verónica Males

## 3.17.8 Revistas

Grafico 10 : Revistas



### 3.18 Estudio Económico Financiero

Para la realización del estudio económico, fue necesario verificar el costo total de infraestructura, equipamiento, constitución, flujo de cajas para generar una idea de cuánto se va invertir y de esta manera ver la viabilidad del proyecto

#### 3.18.1 Inversiones del proyecto

**Tabla 49: Inversión del Proyecto**

RUBROS	INVERSION POR REALIZAR
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	
Construcción	\$ 90.000,00
Adecuación	\$ 60.000,00
Muebles y enseres	\$ 37.645,00
máquinas y equipos	\$ 7.350,00
Equipos de oficina	\$ 534,00
Medios interpretativos	\$ 15.000,00
Equipo de computación	\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 211.529,00</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos constitución	\$ 1.500,00
Gastos instalación	\$ 2.440,00
Gastos Diseño de Interiores	\$ 10.000,00
gastos de promoción	\$ 8.246,00
imprevistos	\$ 4.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 26.186,00</b>
<b>CAPITAL TRABAJO</b>	
mano de obra directa	\$ 706,00

mano de obra indirecta	\$ 1.579,00
contingencia	\$ 10.000,00
TOTAL	\$ 12.285,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	\$ 211.529,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 26.186,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 12.285,00
TOTAL	\$ 250.000,00

**Elaborado por:** Ana Verónica Males

### 3.18.2 Financiamiento

Es necesario detallar que el proyecto lo financia la Familia Cotacachi con su esposo y sus hijas. Para la aplicación del proyecto los accionistas deben aportar con \$ 50.000.00 dólares cada uno

**Tabla 50: Financiamiento**

FINANCIAMIENTO	
Aportación socio A	\$ 50.000,00
Aportación socio B	\$ 50.000,00
Aportación socio C	\$ 50.000,00
Aportación socio D	\$ 50.000,00
Aportación socio E	\$ 50.000,00
Total de aporte de los socios	\$ 250.000,00

**Elaborado por:** Ana Verónica Males

**3.18.3 Depreciación activos fijos****Tabla 51: Depreciación Activos Fijos**

Depreciación de activos							
detalles	valor del bien	dep. anual	valor salvamen	valor depre	%depre	duraciónpro	Años ley
construcción y adecuación	\$ 150.000,00	\$ 7.500,00	\$30.000,00	\$ 37.500,00	25	5	20
muebles y enseres	\$ 37.645,00	\$ 3.764,50	\$ 7.529,00	\$ 18.822,50	50	5	10
equipos de computación	\$ 1.000,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 1.000,00	100	5	5
maquinaria y equipos	\$ 7.350,00	\$ 735,00	\$ 1.470,00	\$ 3.675,00	50	5	10
medios interpretativos	\$ 15.000,00	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00	\$ 7.500,00	50	5	10
equipos de oficina	\$ 534,00	\$ 53,40	\$ 106,80	\$ 267,00	50	5	10
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 211.529,00</b>	<b>\$13.752,90</b>	<b>\$42.305,80</b>	<b>\$ 68.764,50</b>			

Fuente: (Internas)Elaborado por: Ana Verónica Males

**3.18.4 - Costos de talento Humano****Tabla 52: Costos de Talento Humano**

cargo	Sueldo							
	Sal. Mens	Sal. Anual	Decimo tec	Decimo cuar	vacacion	IESS 11.15%	Fond. Res 8,33%	Remun. Anual
administrador	\$ 520,00	\$6.240,00	\$520,00	\$520,00	\$260,00	\$695,76	\$519,79	\$8.755,55
Guías	\$ 353,00	\$4.236,00	\$353,00	\$ 353,00	\$ 176,50	\$ 472,31	\$ 352,86	\$ 5.943,67
artesanos	\$ 353,00	\$4.236,00	\$353,00	\$ 353,00	\$ 176,50	\$ 472,31	\$ 352,86	\$ 5.943,67
Guardia	\$ 353,00	\$4.236,00	\$353,00	\$353,00	\$ 176,50	\$ 472,31	\$ 352,86	\$ 5.943,67
limpieza	\$ 353,00	\$4.236,00	\$353,00	\$ 353,00	\$ 176,50	\$ 472,31	\$ 352,86	\$ 5.943,67
repcionista	\$ 353,00	\$4.236,00	\$353,00	\$ 353,00	\$ 176,50	\$ 472,31	\$ 352,86	\$ 5.943,67
total	\$2.285,00	\$27.420,00	\$2.285,00	\$2.285,00	\$1.142,50	\$ 3.057,33	\$ 2.284,09	\$ 38.473,92

Fuente: (trabajo.gob.ec)(lacamaradequito.com)(iess.gob.ec)Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.18.5 Costos de Servicios básicos

**Tabla 53 : Servicios Básicos**

Rubro	Proveedor	Cantidad por Kwh/m3/Min	COSTO POR Kwh/m3/min	costomensual	Costo Total
Luz	EMELNORTE	3000	0,15	450	5400
Agua	GADO	500	0,07	35	420
Teléfono	CNT	500	0,06	30	360
Wi-Fi	CNT	500	0,08	40	480
TOTAL				555	6660

Fuente: Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.18.6 Estructura de Costos y Gastos para la Vida Útil del Proyecto

**Tabla 54: Costos y Gastos de Producción**

COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN					
RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
COSTOS POR SERVICIOS					
mano de obra directa	\$ 8.472,00	\$ 8.805,29	\$ 9.151,69	\$ 9.511,72	\$ 9.885,91
mano de obra indirecta	\$ 8.472,00	\$ 8.805,29	\$ 9.151,69	\$ 9.511,72	\$ 9.885,91
equipos y medios interparativo	\$ 22.350,00	\$ 22.350,00	\$ 22.350,00	\$ 22.350,00	\$ 22.350,00
depr. Constr y adecuación	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00
TOTAL	\$ 46.794,00	\$47.460,58	\$ 48.153,38	\$ 48.873,43	\$49.621,81
COSTO DE ADMINISTRACION					
Gasto por administrador	\$ 6.240,00	\$ 6.485,48	\$ 6.740,62	\$ 7.005,80	\$ 7.281,40
Gasto recepcionista	\$ 4.236,00	\$ 4.402,64	\$ 4.575,84	\$ 4.755,86	\$ 4.942,95
Gastos servicios básicos	\$ 6.660,00	\$ 6.859,80	\$ 7.065,59	\$ 7.277,56	\$ 7.495,89
Depre. Muebles y enceres	\$ 3.764,50	\$ 3.764,50	\$ 3.764,50	\$ 3.764,50	\$ 3.764,50
Depre. Equipos de oficina	\$ 53,40	\$ 53,40	\$ 53,40	\$ 53,40	\$ 53,40

Depr.Equipos de comp	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL	\$ 21.153,90	\$ 21.765,83	\$ 22.399,96	\$ 23.057,12	\$ 23.738,15
COSTOS DE VENTA					
Gastos Promoción	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00
TOTAL	\$ 144.141,80	\$ 146.698,81	\$ 149.352,67	\$ 152.107,10	\$ 154.965,92
TOTALES					
	1	2	3	4	5
COSTOS PRODUCCION	\$ 46.794,00	\$ 47.460,58	\$ 48.153,38	\$ 48.873,43	\$ 49.621,81
COSTO ADMINISTRACION	\$ 21.153,90	\$ 21.765,83	\$ 22.399,96	\$ 23.057,12	\$ 23.738,15
COSTO VENTA	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00
TOTAL	\$ 76.193,90	\$ 77.472,40	\$ 78.799,34	\$ 80.176,55	\$ 81.605,96

Fuente: (ecuadorencifras.gob.ec)Elaborado por: Ana Verónica Males

### 3.18.7 Estructura de ingresos

#### 3.18.7.1 Ingreso por venta de entradas

Para la estructura de los ingresos se procede al cálculo del número de turistas que ingresan mensualmente a la ciudad, de esta manera se trabajara con 7 meses bajos con el 5 % y 5 meses altos con el 10% y se realiza de la siguiente manera:

**Tabla 55: Ingresos**

7 Mese Bajos 5%		5 Meses Altos 10%	
Ingreso de turistas mensualmente	35,898	Ingreso turista mensualmente	35,898
Muestra 5%	1,1966	Muestra 10%	1,1966
Total turistas diariamente	60	Total de turistas diariamente	120
Total de turistas mensual	1800	Total de turistas mensual	3600

Fuente:(Ferrocarriles del Ecuador, 2014) Elaborado: Ana Verónica Males

El total de la demanda objetiva por el costo de la entrada al CICAQ es de \$5,00 dólares para turistas nacionales y extranjeros.

**Tabla 56: Estructura de Ingresos**

Estructura de Ingresos			
años	N° clientes	precio	total
2015	30600	\$ 5,00	\$ 153.000,00
2016	33660	\$ 5,00	\$ 168.300,00
2017	37026	\$ 5,00	\$ 185.130,00
2018	40729	\$ 5,00	\$ 203.643,00
2019	44801	\$ 5,00	\$ 224.007,30

Elaborado: Ana Verónica Males

**3.18.8 Estado Proforma de Resultados****Tabla 57: Estado de Resultados**

Estado de Resultados					
Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ingreso x servicios	\$153.000,00	\$ 168.300,00	\$ 185.130,00	\$203.643,00	\$224.007,30
Costo x servicios	\$ 46.794,00	\$ 47.460,58	\$ 48.153,38	\$ 48.873,43	\$ 49.621,81
Utilidad Bruta	\$106.206,00	\$ 120.839,42	\$ 136.976,62	\$154.769,57	\$174.385,49
Gastos					
Gastos administrativos	\$ 21.153,90	\$ 21.765,83	\$ 22.399,96	\$ 23.057,12	\$ 23.738,15
Gasto por ventas	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00
BAIT	\$ 76.806,10	\$ 90.827,60	\$ 106.330,66	\$123.466,45	\$142.401,34
15% para los trabaja	\$ 11.520,92	\$ 13.624,14	\$ 15.949,60	\$ 18.519,97	\$ 21.360,20
22% impuestos	\$ 14.362,74	\$ 16.984,76	\$ 19.883,83	\$ 23.088,23	\$ 26.629,05
Utilidad neta	\$ 50.922,44	\$ 60.218,70	\$ 70.497,23	\$ 81.858,26	\$ 94.412,09

Elaborado: Ana Verónica Males



## 3.18.9 Calculo de flujo de Caja

Tabla 58: Flujo de Caja

Flujo de caja						
Rubros	0	1	2	3	4	5
+ Ingreso x servicios		\$ 153.000,00	\$ 168.300,00	\$ 185.130,00	\$ 203.643,00	\$ 224.007,30
- Costo x servicios		\$ 46.794,00	\$ 47.460,58	\$ 48.153,38	\$ 48.873,43	\$ 49.621,81
- Gastos administrativos		\$ 21.153,90	\$ 21.765,83	\$ 22.399,96	\$ 23.057,12	\$ 23.738,15
- Gasto por ventas		\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00
= Utilidad antes uti y imp		\$ 76.806,10	\$ 90.827,60	\$ 106.330,66	\$ 123.466,45	\$ 142.401,34
- 15% para los trabaja.		\$ 11.520,92	\$ 13.624,14	\$ 15.949,60	\$ 18.519,97	\$ 21.360,20
= Utilidad antes impuest.		\$ 65.285,19	\$ 77.203,46	\$ 90.381,06	\$ 104.946,48	\$ 121.041,14
- 22% impuestos		\$ 14.362,74	\$ 16.984,76	\$ 19.883,83	\$ 23.088,23	\$ 26.629,05
= Utilidad neta		\$ 50.922,44	\$ 60.218,70	\$ 70.497,23	\$ 81.858,26	\$ 94.412,09
+ Depreciación		\$ 68.764,50	\$ 68.764,50	\$ 68.764,50	\$ 68.764,50	\$ 68.764,50
- Inversión en Maq. Y Eq.	\$ (7.350,00)					
- Inversión en Infra y eq.	\$ (150.000,00)					
- Inversiónmueb. Y ense.	\$ (37.645,00)					
- Inversión equipo de of.	\$ (1.534,00)					
- Inversión medios Inter.	\$ (15.000,00)					
- Inversiónactiv. nominal	\$ (26.186,00)					
- Inversión capital de Tra.	\$ (12.285,00)					
= Flujo de caja	\$ (250.000,00)	\$ 119.686,94	\$ 128.983,20	\$ 139.261,73	\$ 150.622,76	\$ 163.176,59

Elaborado: Ana Verónica Males

**3.18.10 Punto de equilibrio**

rubro	1	2	3	4	5
ingreso x servicios	\$ 153.000,00	\$168.300,00	\$ 185.130,00	\$203.643,00	\$224.007,30
costo servicios	\$ 46.794,00	\$ 47.460,58	\$ 48.153,38	\$ 48.873,43	\$ 49.621,81
gastos administrativos	\$21.153,90	\$ 21.765,83	\$ 22.399,96	\$ 23.057,12	\$ 23.738,15
gastos por venta	\$8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00	\$ 8.246,00
Punto de Equilibrio	\$ 76.806,10	\$ 90.827,60	\$ 106.330,66	\$123.466,45	\$142.401,34

**Elaborado:** Ana Verónica Males

**Análisis**

Se puede observar que a métrica que el proyecto va en proceso tiene ganancias y en el quinto año tiene un ganancia de \$142.401.34. Reconociendo que la inversión turística es un proceso a largo plazo y demostrando que el proyecto es viable.

**3.18.11 Van - Tir**

Para ver la viabilidad del proyecto fue necesario realizar el VAN para determinar las ganancias netas que genera el proyecto, luego de descontar la inversión inicial, más gastos e impuestos, nos queda la ganancia real; de acuerdo con el proyecto en 5 años tendrá una ganancia de \$142.401.34; con la tasa de descuento que es el TIR de un 45% es mayor que de la esperada se ha cumplido con dicha tasa y además, se ha generado una ganancia o beneficio adicional.

De esta manera se reconoce que el proyecto es rentable

**Tabla 59: Van - Tir**

Inversión	- 250000
Rentabilidad anual	20%
Tiempo del proyecto	5
Van	\$ 158.117,36
Tir	45%

**Elaborado:** Ana Verónica Males

## CAPÍTULO IV

### 4.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para desarrollar el análisis de impactos consideramos todos los aspectos positivos como negativos, que al ejecutar el proyecto podría incidir y generar dificultades. Por tal sentido para el desarrollo del presente capítulo se ha decidido realizar un análisis de impactos prospectivo, es decir analizara aspectos de la ingeniería del proyectó que genere en ciertos ámbitos o áreas.

Para que realizar el análisis de los impactos que producirá la puesta en práctica del proyecto, se seguirá el siguiente procedimiento:

1. Se ha identificado y analizado los siguientes impactos.
    - Impacto Turístico
    - Impacto Social
    - Impacto Cultural
    - Impacto Económico
    - Impacto Ambiental
  
  2. Para analizar los impactos se ha considera necesario construir una escala de valores que nos permita determinar medidas cualitativas y cuantitativas que permitirá evaluar a cada indicador los niveles de acción que se generara en cada tipo de impacto, la escala que se ha elegido es la siguiente:
-

**Tabla 60: Niveles de impactos**

<b>NIVELES DE IMPACTO</b>	<b>ESCALA DE IMPACTOS</b>
<b>Impacto alto positivo</b>	3
<b>Impacto medio positivo</b>	2
<b>Impacto bajo positivo</b>	1
<b>Punto de Indiferencia (Neutral)</b>	0
<b>Impacto alto negativo</b>	-3
<b>Impacto medio negativo</b>	-2
<b>Impacto bajo negativo</b>	-1

Elaborado por: Ana Verónica Males

Para su cálculo, o determinar los resultados se emplea la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \left( \sum_{n=1}^n (\text{Nivel de impacto}) \right) / (\text{Número de indicadores})$$

1. Se realiza la sumatoria de estos niveles y este valor se lo divide para el número de indicadores en cada área estableciéndose de esta manera el nivel de impacto del área.
2. Bajo cada una de las matrices se ha realizado un análisis en el que se menciona los argumentos, causas y circunstancias del por qué se determinó el nivel de impacto a cada uno de los indicadores.
3. Por último se realiza una matriz de impacto a nivel global en el cual el eje horizontal están determinados con los niveles de impactos de cada área, y el eje vertical las áreas o ámbitos analizados.

## 4.2 ANÁLISIS DEL IMPACTO TURISTICO

**Tabla 61 : Impacto turístico**

IMPACTO TURÍSTICO								
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
<ul style="list-style-type: none"> <li>Diversificación de la oferta turística del cantón.</li> <li>Difusión y promoción del sector.</li> <li>Culturaturística.</li> </ul>							X X X	
<b>TOTAL</b>							9	9
<b>Nivel de impacto turístico:</b>  $NI = \sum/N$  $NI = 8/3 = 2,66 = 3$  <b>Nivel de impacto turístico = Impacto medio positivo</b>								

Elaborado por: Ana Verónica Males

### Análisis:

La creación de nuevos productos turísticos, ayudara a la dinamización de la economía en el Cantón, generando nuevas proyecciones de turismo, de acuerdo con el proyecto la implementación del centro interpretación cultural, artesanal es factible ya que, Otavalo es reconocido por su cultura y artesanía autóctona

Reconociendo que Otavalo es uno de los puntos importantes por visitar en el Ecuador las creaciones de nueva oferta que permitirá al turista conocer más a fondo la cultural de los Kiwchas – Otavalos y sus distintas expresiones, de esta manera un proceso de rescate de las expresiones culturales

### 4.3 ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIAL

**Tabla 62: Análisis Impacto Social**

IMPACTO SOCIAL								
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo turístico de la localidad</li> <li>• Participación de la ciudadanía</li> <li>• Fuentes de trabajo</li> <li>• Difusión de la localidad</li> </ul>						X	X	
<b>TOTAL</b>						4	6	10
<b>Nivel de impacto turístico:</b>								
$NI = \Sigma/N$ $NI = 9/4 = 2.50$ <b>Nivel de impacto turístico = medio positivo</b>								

**Elaborado por:** Ana Verónica Males

#### Análisis

Debemos indicar que al crear espacios sociales colaborara con la colectividad al mejoramiento de estilo de vida del cantón sin olvidar que se dará paso espacios nuevos donde, la colectividad puede formar parte del proceso.

## 4.4 ANÁLISIS DEL IMPACTO CULTURAL

Tabla 63: Impacto cultural

IMPACTO CULTURAL								
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
5 Práctica de expresiones artísticas							X	
6 Creación de espacios de exposición permanente							X	
7 Revalorización de la artesanía							X	
8 Prácticas de tradiciones ancestrales						X		
9 Valoración de la interculturalidad							X	
<b>TOTAL</b>						2	12	14
<b>Nivel de impacto cultural:</b>								
<b>NI= <math>\Sigma/N</math></b>								
<b>NI=14/5=2,80=3</b>								
<b>Nivel de impacto cultural = medio positivo</b>								

Elaborado por: Ana Verónica Males

**Análisis:**

En el impacto cultural obtuvimos una ponderación de 2.80, que equivale a un medio positivo con tendencia a un alto positivo, que directamente beneficia al ámbito cultural, que se lograra difundir en el centro interpretativo, donde se demostrara, la cultura y el proceso de elaboración de las artesanías, revalorizando el procesos de elaboración artesanales.

## 4.5 IMPACTO ECONÓMICO

**Tabla 64: Impacto Económico**

IMPACTO ECONÓMICO								
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
5 Diversificación de la economía local							X	
6 Creación de fuentes de trabajo							X	
7 Mejoramiento de la calidad de vida.							X	
8 Crecimiento del procesoproductivo							X	
9 Comercialización de artesanías.						X		
<b>TOTAL</b>						2	12	15
<b>Nivel de impactoturístico:</b>								
<b>NI= <math>\sum/N</math></b>								
<b>NI=15/5= 3</b>								
<b>Nivel de impacto turístico = medio alto</b>								

**Elaborado por:** Ana Verónica Males

### Análisis:

El impacto económico tuvo un nivel alto, el cual señala que contribuirá a diversificar la economía local, creando fuentes de trabajo para los habitantes del sector de forma permanente y a los artesanos. La cultura genera nuevos negocios y permite la inclusión de varios sectores sociales



## 4.6 IMPACTO AMBIENTAL

Tabla 65: Impacto Ambiental

IMPACTO EDUCATIVO								
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservación ambiental</li> <li>• Población local que proteja su entorno</li> <li>• Sensibilización de la población local</li> <li>• Planificación turística de acuerdo al entorno</li> </ul>						X	X	
<b>TOTAL</b>						11	9	
<b>Nivel de impacto turístico:</b>								
<b>NI= <math>\sum/N</math></b> <b>NI=11/4= 2.75=3</b> <b>Nivel de impacto turístico = Alto positivo</b>								

Elaborado por: Ana Verónica Males

**Análisis:**

El indicador demuestra un promedio positivo alto, reconociendo que el proyecto ayudará a que el turismo es el estímulo necesario para adoptar medidas de mejora y conservación ambiental, introduciendo medidas de planificación turística que persuada a la población local para que proteja el entorno en el que ellos viven, creando sensibilidad en la población local.

#### 4.7 IMPACTO GENERAL

**Tabla 66: Impacto General**

IMPACTO GENERAL								
NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
ÁMBITOS								
10 Turístico							X	
11 Social						X		
12 Cultural								
13 Económico							X	
14 Ambiental							X	
<b>TOTAL</b>								15
<b>Nivel de impacto general:</b>								
$NI = \sum/N$ $NI = 14/5 = 2.80$ <b>Nivel de impacto general = Medio Positivo</b>								

Elaborado por: Ana Verónica Males

#### Análisis:

De acuerdo a la información obtenida y el análisis de los impactos, turístico, social, cultural, económico y ambiental, tiene un valor de impacto alto positivo, que es un factor importante y demuestra que es factible la implementación del CENTRO DE INTERPRETACION CULTURAL, ARTESANAL OTAVALEÑO “MAKY RURASKA” del Cantón Otavalo y que estas expresiones se las pueda insertarlas al sector turístico. Esto permitirá la revalorización de la identidad cultural y el rescate y conservación de la cultura a través de la diversificación de la oferta turística del cantón creando oportunidades y beneficios en la comunidad y en la sociedad en general.

## CONCLUSIONES

Mediante el análisis del estudio de mercado realizado se determinó que el proyecto es comercialmente viable, por cuanto existe aceptación por parte de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón.

- Concluido el proceso investigativo se evidencia que en la ciudad de Otavalo no cuenta con un centro interpretativo donde permita al turista ser parte de actividades culturales, artesanales donde conozcan el desarrollo de la artesanía a través de los años.
  - Técnicamente el proyecto del estudio es viable para la implementación de un Centro de Interpretación Cultural, Artesanal Otavaleño, debido a que las manifestaciones culturales del pueblo Kiwcha – Otavalo son las que mayor empoderamiento social posee la población y es importante la valoración de los procesos de creación de artesanía.
  - El diseño arquitectónico del centro de interpretación cultural, artesanal Otavaleño, está fundamentado en la implementación, de trasmisión educativa y difusión de la cultura indígena, ofertando de esta manera servicios turísticos diferenciados.
  - El análisis económico indica que la implementación del centro de interpretación cultural, artesanal Otavaleño, es un proyecto viable y rentable.
-

---

## RECOMENDACIONES

- Es necesario que el proyecto con el centro de interpretación ayude a la revalorización de las tradiciones del pueblo para poder captar mayor interés de parte de los turistas.
  - Es inevitable que el centro de interpretación elabore un plan de manejo turístico, para poder tener una promoción eficaz en las distintas procedencias del turista.
  - Generar nuevos proyectos turísticos enfocados en la cultura, para transmitir los saberes ancestrales a los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad.
  - Aprovechar el nicho de mercado que genera la plaza de los ponchos para promocionar el centro de interpretación en el sector turístico y brindar alternativas de diversas a los turistas.
  - Es necesario inventariar los productos que realizan el artesano, para salvaguardar saberes ancestrales que se están perdiendo.
  - Es necesario contar con personal capacitado que hable generalmente dos idiomas para satisfacer las demandas de los turistas países extranjeros.
-

---

**BIBLIOGRAFÍA**

- Alvarez, A. (1999). *historia de los Indios*. Quito : Alvarez.
- Arévalo, M. &. (2004). *Universidad de Puebla*. Recuperado el 05 de Julio de 2014, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/ldg/arevalo\\_r\\_my/capitulo\\_1.html](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/arevalo_r_my/capitulo_1.html)
- Avilés, E. (nov de 2011). *Enciclopedia del Ecuador*. Recuperado el 28 de 09 de 2014, de [www.encyclopediadelecuador.com](http://www.encyclopediadelecuador.com)
- Baeyend, H., Charasse, z., Grizzi, T., Ghitti, E., & Juan Tresserras, J. (2005). *Centros de Interpretacion del patrimonio* . Barcelona : Diputacion de Barcelona.
- Barbera.M, J., De la Roche.L, F., & Jaramillo.E, J. (1999). *Cultura y Globalizacion*. Colombia: Avila & Jursichi.
- Cunningham, M. (2009). *La cultura: Pilar de desarrollo para el buen vivir* (9 ed.). Mexico: C & D.
- De la Torre, O. (1980). *Turismo, fenómeno social*. Mexico D.F: Fondo de Cultura Económica.
- De Oliveira, G. (Marzo de 2007). *Estudios y perspectivas en turismo*. Recuperado el 05 de Julio de 2014, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322007000100005&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100005&lng=es&nrm=iso)
- ecuadorencifras.gob.ec. (s.f.). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reporte\\_inflacion\\_Enero\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reporte_inflacion_Enero_2014.pdf)
- Eduardo.P.Hernandez. (1997). *El estado y la interculturalidad en el Ecuador*. Quito: Editor.
- Encalad.V, O. (2007). *Diccionario de la artesanía Ecuatoriaa*. Cuenca: CIDAP.
- Espejel, C. (1972). *Las artesanías tradicionales en Mexico*. Mexico D.F: Mexico: Secretaria.
- Ferrocarriles del Ecuador, E. -G. (10 de Septiembre de 2014). Estudio de perfil de visitantes que llegan a Otavalo con fines turisticos. Otavalo, Imbabura, Ecuador.
- Fotosblog. (s.f.). Obtenido de [www.ecuador-fotos.blogspot.com](http://www.ecuador-fotos.blogspot.com)
- Freeman, T. (05 de 10 de 2009). *Juan Domingo Anton*. Recuperado el 08 de 06 de 2014, de <http://juandomingoanton.com/tag/freeman-tilden/>
- Gaspar, N. (1999). *Tratado museografico u orientacion*. Mexico: MEXICO.
- Gomés, J. (1997). El patrimonio historico insular como factor de desarrollo sostenible. *Conferencia Europea sobre el desarrollo sostenible de las islas*. Menorca: I conferencia Europea.
- Gonzales, I. (2003). *Conservacion de los bienes culturales:Teoria, y normas* . Madrid: Catedra.
- Guzman, B. C., & Chiriboga de Guzman, B. (2010). *Centro Cultural*. Quito.
-

- 
- Hernández-Díaz, J. &. (2002). *Artesanas y artesanos; creacion, innovacion y tradicion en la produccion de artesanías*. Mexico D.F: Plaza y Valdes.
- Herrería, P. (2002). *Ecuador un país en imágenes*. Quito: El conejo.
- iess.gob.ec. (s.f.). Obtenido de <http://www.iess.gob.ec/es/web/afiliado/fondos-de-reserva>
- Iess.gob.ec. (09 de 06 de 2014). *iess.gob.ec/*. Recuperado el 18 de 08 de 2014, de <http://www.iess.gob.ec/>
- Internas, S. d. (s.f.). *.sri.gob.ec*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/web/guest/el-sri>
- lacamaradequito.com. (s.f.). Obtenido de [http://www.lacamaradequito.com/uploads/tx\\_documents/conlab0208.pdf](http://www.lacamaradequito.com/uploads/tx_documents/conlab0208.pdf)
- Larrea, C. (1987). Quito: Corporación Editora Nacional (1987).
- Larrea, C. (1987). *Notas de Prehistoria e Historia Ecuatoriana*. Quito : Corporación Editora Nacional .
- Lavaur, L. (1974). *El turismo en su historia*. Barcelona: Editur.
- Lightowler. (05 de 03 de 2010). *Manizales*. Recuperado el 15 de 12 de 2014, de <http://www.manizales.unal.edu.co/modules/admin/archivos.pdf>.
- Martines, M. (2007). *La disfuncion del patrimonio, turismo y actualizaciones y debates*. Sevilla: E-rphl.
- Marzano, G. (2011). *Informe de segmentación del sector turístico ecuatoriano*. U.S: USAID.
- Moregas, R. (1999). *La formacion en Intepretacion cultural*. San Carlos: Sevilla.
- Museosquito. (05 de Junio de 2014). *Museosquito.gob.ec*. Recuperado el 11 de 07 de 2014, de <http://www.museosquito.gob.ec/index.php/componente/k2item/27-centro-cultural-tianguez>
- Naciones Unidas, O. (21 de Diciembre de 2001). *Código ético mundial para el turismo*. Recuperado el 10 de Julio de 2014, de [http://www.unwto.org/ethics/full\\_text/en/pdf/Codigo\\_Etico\\_Espl.pdf](http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/Codigo_Etico_Espl.pdf)
- Oña, H. K. (1990). *Historia y Geografía de la Provincia de Imbabura*. Quito.
- PLANDETUR. (s.f.). *PLANDETUR 2020*.
- Ramos, D. M. (15 de Junio de 2000). *Artesanía, una produccion local para mercados glorables*. Recuperado el 08 de Julio de 2014, de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/rjave/mesa2/ramos.pdf>
- Riechman, J. (1994). *Redes de libertad artesanal*. Barcelona: Paidos.
- Romero, C. (2001). *Interpretando el pasado*. Ambato: FAAEE.
-

- 
- Rubiano, J. M. (28 de Octubre de 2009). *Como ser feliz viajando por el mundo*. Recuperado el 10 de Julio de 2014, de <http://jorgebonilla.co/2012/10/impactos-economicos-socioculturales-y-ambientales-del-turismo/#.U79TTJSSwko>
- Sanchez, J. (2009). Claves de Interpretacion del patrimonio natural y cultural . *Revistas.net*, 11-12.
- Santana, A. (2005). *El turismo con el patrimonio*. Sevilla : FAAEE.
- Schmidt-Welle, F. (2008). *Apuntes para una filosofia de la red de centros culturales de America y Europa*. Alemania: Instituto Iberoamericano de Berlin.
- Suárez, G. (1908). *"Los aborígenes de Imbabura y Carchi"*. Quito .
- Supercias.gob. (s.f.). *supercias.gob.ec*. Recuperado el 15 de 08 de 2014, de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
- Tilden, F. (1957). *Interpreting our heritage*. North Caroline: University of North Caroline Press.
- trabajo.gob.ec. (s.f.). *trabajo.gob.ec*. Recuperado el 10 de 02 de 2015, de <http://www.trabajo.gob.ec/el-salario-basico-para-el-2015-sera-de-354-dolares/>
- Unesco. (1982). Declaracion de Mexico .
- UNWTO. (2014). *World Tourism Organization*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/>
- Vasquez, E. (2003). *La artesanía Ecuatoriana* . Cuenca : Graficas Hernandes.
- Venezuelatuya.S.A. (1997-2014). *Venezuelatuya*. Recuperado el 05 de 08 de 2014, de <http://venezuelatuya.com/articulos/turismo0010.htm>
- Villao, C. &. (2011). <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/19076/1/ResumenTesis%20VM%20para%20CICYT%20Aprobado%20-%20ARendon.pdf>. Recuperado el 05 de Julio de 2014
- Villavicencio, M. (1990). *Geografía de la Republica del Ecuador* . Quito .
-