



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
DIRECCIÓN GENERAL DE POSGRADOS**

MAESTRÍA DE ECOTURISMO Y MANEJO DE ÁREAS NATURALES

TRABAJO DEL GRADO

Análisis del valor cultural de las artesanías del cantón Pujilí, provincia Cotopaxi, en
relación a la actividad turística de la zona

**Tema de Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al
Grado de Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales**

Autora

ANGÉLICA MARÍA GONZÁLEZ SÁNCHEZ

Director

Ing. Hernández Cevallos Remigio Edmundo, MAG

Quito, mayo del 2015

CERTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE DE AUTORIA DE TRABAJO

Yo, Angélica María González Sánchez, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido presentado para ningún grado o calificación profesional.

Además y de acuerdo a la Ley de Propiedad Intelectual, el presente Trabajo de Investigación pertenecen todos los derechos a la Universidad Tecnológica Equinoccial, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

Angélica María González Sánchez
CI. 1713482352

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la señora Angélica María González Sánchez, previo a la obtención del Grado en Magister en Ecoturismo y Manejo de Áreas Naturales, considero que dicho Trabajo reúne los requisitos y disposiciones emitidas por la Universidad Tecnológica Equinoccial por medio de la Dirección General de Posgrados para ser sometido a la evaluación por parte del Tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, a los 26 días del mes de marzo del 2015.

Hernández Cevallos Remigio Edmundo, MAG

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme cumplir alcanzar una meta profesional.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial por permitirme contar con una planta docente muy competitiva.

Al Ing. Hernández Cevallos Remigio Edmundo, por su conocimiento compartido.

A las y los artesanos del cantón Pujilí.

DEDICATORIA

A mi esposo, compañero y amigo Pablo Manzano, quién ha formado parte de esta labor académica día a día.

A mis padres Héctor, Rocío y Emma por ser un aliciente en el emprendimiento, desarrollo y culminación de esta meta académica.

Y en especial este trabajo está dedicado a los artesanos del cantón Pujilí.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE DE AUTORIA DE TRABAJO	ii
APROBACIÓN DEL DIRECTOR	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN	xiv
INTRODUCCIÓN	xiv
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
JUSTIFICACIÓN	5
IDEA A DEFENDER	6
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	6
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9
CAPÍTULO I	11
DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL DEL CANTÓN PUJILÍ	11
1.1. Datos Geográficos	11
1.1.1 Ubicación	11
1.1.2 Superficie	11
1.1.3 Clima	11
1.1.4 Límites	12
1.1.5 División política	12
1.2. Reseña Histórica	12
1.3. Estructura Socio-Económica	13
1.3.1. Análisis de la Población del cantón Pujilí	13
1.3.2. Análisis de la Productividad del cantón Pujilí	14

1.4.	Análisis del Sistema Turístico	17
1.4.1.	Demanda Turística	17
1.4.2.	Oferta Turística	18
1.4.3.	Infraestructura Turística	21
1.4.3.1.	Infraestructura de Apoyo	21
1.4.3.2.	Infraestructura de Abastecimiento	23
1.4.4.	Superestructura Turística	24
1.4.5.	El Espacio Turístico	25
1.5.	Zonificación del Área de Estudio	26
1.6.	Situación Actual de las Artesanías	29
1.7.	Competitividad de las Artesanías	31
1.8.	Organizaciones del Sector Artesanal	33
1.8.1.	Organización Artesanal Simple:.....	33
1.8.2.	Organización Artesanal Compuesta:	33
CAPÍTULO II	35
ESQUEMATIZACIÓN DEL VALOR CULTURAL DE LAS ARTESANÍAS EN EL CANTÓN PUJILÍ.	35
2.1.	Conceptualización y uso de las artesanías	35
2.1.1.	Cultura	35
2.1.2.	Artesanías	35
2.1.3.	Taller artesanal	36
2.2.	Trascendencia de las Artesanías	36
2.2.1.	Alfarería y Cerámica	37
2.2.2.	Pintura	39
2.2.3.	Madera	40
2.2.4.	Jergas de Algodón y Lana de Alpaca	41
2.3.	Descripción de los procesos en la elaboración de artesanías.....	42
2.3.1.	Procesos de la Alfarería Tradicional	42
2.3.2.	Máscaras de Madera	44
2.3.3.	Pinturas de Tigua.....	45

2.3.4. Jergas de Lana	47
2.4. Técnicas Ancestrales en la elaboración de artesanías	48
2.5. Concepción de la labor artesanal	50
2.5.1. Concepción del Productor	51
2.5.2. Concepción del Consumidor.....	52
CAPÍTULO III.....	54
ESTUDIO DE MERCADO.....	54
3.1. Metodología de la Investigación de Mercado	54
3.1.1. Métodos de Investigación.....	54
3.1.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	54
3.1.3. Determinación de la población de estudio.....	54
3.1.4. Cálculo de la Muestra.....	55
3.1.5. Tipo de Muestreo	56
3.1.6. Diseño del instrumento de estudio	57
3.2. Tabulación y Análisis de Datos	58
3.2.1. Análisis e Interpretación de Datos a Turistas	58
3.2.2. Análisis de Datos de la Población Económicamente activa del cantón Pujilí	72
3.2.3. Artesanos del cantón Pujilí	87
3.3. Análisis de la Demanda.....	88
3.3.1. Proyección de la demanda anual de los turistas de la R.E. Los Ilinizas	88
3.4. Análisis de la Oferta	91
3.4.1. Análisis de la Competencia	92
CAPÍTULO IV	93
PROPUESTA DE COMERCIALIZACION ARTESANAL PARA EL CANTON PUJILÍ	93
4.1. Antecedentes	93
4.2. Objetivos	93
4.2.1. Objetivo General	93
4.2.2. Objetivos Específicos	93

4.3. Visión	94
4.4. Misión.....	94
4.5. Diagnóstico situacional.....	95
4.5.1. Identificación del producto artesanal	95
4.5.1.1. Análisis cualitativo y cuantitativo de los productos artesanales	98
4.5.2. Identificación de precio.....	100
4.5.3. Identificación de promoción en relación al producto artesanal.....	103
4.5.4. Identificación de la distribución.....	104
4.5.2. Estrategias de comercialización	107
4.5.2.1. Estrategias de Producto Artesanal	107
4.5.2.2. Estrategia de precio:	110
4.5.2.3. Estrategia de marca y posicionamiento.....	110
4.5.2.4. Estrategia de promoción	111
4.5.2.5. Estrategia de distribución	112
4.5.3. Presupuesto de las Estrategias y Acciones del Plan de Comercialización:	112
4.5.3.1.Priorización de las Acciones.....	114
CONCLUSIONES	118
RECOMENDACIONES	120
BIBLIOGRAFÍA	121
ANEXOS.....	126

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N. 1.1 Población de Pujilí	14
Cuadro N. 1.2 Principales cultivos del cantón Pujilí	15
Cuadro N. 1.3 Distribución de la producción artesanal en Pujilí	16
Cuadro N. 1.4 Número de Turistas de la Reserva Ecológica Los Ilinizas	17
Cuadro N. 1.5 Establecimientos de Alojamiento:	18
Cuadro N. 1.6 Establecimientos de Alimentos y Bebidas	18
Cuadro N. 1.7 Establecimientos de Esparcimiento	18
Cuadro N. 1.8 Componentes del Espacio Turístico del cantón Pujilí	18
Cuadro N. 1.9 Atractivos Turísticos Naturales	19
Cuadro N. 1.10 Atractivos Turísticos Culturales	20
Cuadro N. 1.11 Componentes del Espacio Turístico del cantón Pujilí	25
Cuadro N. 1.12 Producción Artesanal de la parroquia “La Matriz”	27
Cuadro N. 1.13. Producción Artesanal de la parroquia “La Vitoria”	28
Cuadro N. 1.14 Producción Artesanal de la parroquia “Zumbahua”	28
Cuadro N. 1.15 Clasificación de artesanías en relación a la comercialización	31
Cuadro N. 1.16 Análisis FODA de las Artesanías del cantón Pujilí	32
Cuadro N. 1.17 Organizaciones Simple del Sector Artesanal	33
Cuadro N. 1.18 Organizaciones Compuesta del Sector Artesanal	34
Cuadro N. 3.1. Representantes de las Asociaciones de Artesanías en el cantón Pujilí	55
Cuadro N. 3.2. Identificación de datos para la aplicación de la fórmula finita	56
Cuadro N. 3.3. Procedimiento para el cálculo de la Muestra:	56
Cuadro N. 3.4. Identificación de datos para la afijación proporcional de la muestra	57
Cuadro N. 3.5. Ingreso de turistas por año a la Reserva Ecológica Los Ilinizas	88
Cuadro N. 3.6. Resolución de la proyección lineal	90
Cuadro N. 3.7. Proyección de la demanda anual de turistas	90
Cuadro N. 3.8. Establecimientos Artesanales en la provincia de Cotopaxi	91
Cuadro N. 4.1. Productos Artesanales	96
Cuadro N. 4.2. Establecimientos artesanales ubicados en las zonas de estudio	98
Cuadro N. 4.3. Productos artesanales en relación a sus establecimientos	99
Cuadro N. 4.4. Evaluación de precios	101
Cuadro N. 4.5. Resumen de la Evaluación del Precio	103

Cuadro N. 4.6. Evaluación de la Promoción	104
Cuadro N. 4.7. Evaluación de la distribución	105
Cuadro N. 4.8. Resumen de Evaluación de la Distribución Artesanal	106
Cuadro N. 4.9. Descripción sugerida para los productos artesanales	109
Cuadro N. 4.10. Estrategias de marca y posicionamiento	111
Cuadro N. 4.11. Presupuesto de las Estrategias de Comercialización	113
Cuadro N. 4.11. Criterios de Evaluación	114
Cuadro N. 4.12. Parámetros de priorización de las acciones	114
Cuadro N. 4.13. Evaluación de Acciones	115
Cuadro N. 4.14. Tiempo de ejecución en relación a la importancia	116
Cuadro N. 4.15. Acciones Altamente Importantes a efectuarse el primer año	116
Cuadro N. 4.16. Acciones Medianamente importante a efectuarse el segundo año	117
Cuadro N. 4.17. Acciones de Baja Importancia a efectuarse el tercer año	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 3.1. Edad	58
Tabla N. 3.2. Género	59
Tabla N. 3.3. Nivel de instrucción	60
Tabla N. 3.4. Pregunta N. 01	61
Tabla N. 3.5. Pregunta N. 02	62
Tabla N. 3.6. Pregunta N. 03	63
Tabla N. 3.7. Pregunta N. 04	64
Tabla N. 3.8. Pregunta N. 05	65
Tabla N. 3.9. Pregunta N. 06	66
Tabla N. 3.10. Pregunta N. 07	67
Tabla N. 3.11. Pregunta N. 08	68
Tabla N. 3.12. Pregunta N. 09	69
Tabla N. 3.13. Pregunta N. 10	70
Tabla N. 3.14. Pregunta N. 11	71
Tabla N. 3.15. Edad	73
Tabla N. 3.16. Género	75
Tabla N. 3.17. Nivel de instrucción	76
Tabla N. 3.18. Pregunta 1	77
Tabla N. 3.19. Pregunta 2	78
Tabla N. 3.20. Pregunta 3	79
Tabla N. 3.21. Pregunta 4	80
Tabla N. 3.22. Pregunta 5	81
Tabla N. 3.23. Pregunta 6	82
Tabla N. 3.24. Pregunta 7	83
Tabla N. 3.25. Pregunta 8	84
Tabla N. 3.26. Pregunta 9	85
Tabla N. 3.27. Pregunta 10	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N. 1.1. Dedicación Laboral de la PEA	14
Gráfico N. 3.1. Edad	58
Gráfico N. 3.2. Género	59
Gráfico N. 3.3. Nivel de instrucción	60
Gráfico N. 3.4. Pregunta N. 01	61
Gráfico N. 3.5. Pregunta N. 02	62
Gráfico N. 3.6. Pregunta N. 03	63
Gráfico N. 3.7. Pregunta N. 04	64
Gráfico N. 3.8. Pregunta N. 05	65
Gráfico N. 3.9. Pregunta N. 06	66
Gráfico N. 3.10. Pregunta N. 07	67
Gráfico N. 3.11. Pregunta N. 08	68
Gráfico N. 3.12. Pregunta N. 09	69
Gráfico N. 3.13. Pregunta N. 10	70
Gráfico N. 3.14. Pregunta N. 11	71
Gráfico N. 3.15. Edad	73
Gráfico N. 3.16. Género	75
Gráfico N. 3.17. Nivel de instrucción	76
Gráfico N. 3.18. Pregunta 1	77
Gráfico N. 3.19. Pregunta 2	78
Gráfico N. 3.20. Pregunta 3	79
Gráfico N. 3.21. Pregunta 4	80
Gráfico N. 3.22. Pregunta 5	81
Gráfico N. 3.23. Pregunta 6	82
Gráfico N. 3.24. Pregunta 7	83
Gráfico N. 3.25. Pregunta 8	84
Gráfico N. 3.26. Pregunta 9	85
Gráfico N. 3.27. Pregunta 10	86
Gráfico N. 3.28. Nivel de Visitas a la Reserva Ecológica los Ilinizas	91
Gráfico N. 4.1. Estrategias de Comercialización	107

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación está direccionado al estudio del valor cultural de las artesanías del cantón Pujilí y su relación en la actividad turística de la zona; para cumplir con este planteamiento se realizó en primera instancia un levantamiento de información de los procesos y técnicas ancestrales que se emplean en: alfarería, pintura sobre piel de borrego, máscaras de madera y jergas de algodón. Después se recolectó información utilizando técnicas como la encuesta y entrevista, direccionadas a los siguientes grupos en base al cálculo de la muestra; es decir, se encuestó a 239 turistas nacionales y extranjeros que llegaron a los principales atractivos turísticos del cantón Pujilí (Santuario de Isinche, Laguna del Quilotoa, las parroquias: La Victoria, La Matriz y Zumbahua), logrando identificar su perfil y sus tendencias de consumo; por otra parte se aplicó una encuesta a 244 personas pertenecientes a la población económicamente activa del cantón Pujilí, permitiendo identificar la concepción que tiene el trabajo artesanal en relación al valor socio-cultural y antropológico de los niños y jóvenes de la localidad. Y posterior se aplicó una entrevista a los presidentes y/o representantes de las Asociaciones de Artesanos, con el propósito de analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta la actividad artesanal en esta zona.

Cabe mencionar que en el presente trabajo se utilizó la Investigación cuasi-experimental, debido a que no es posible manipular deliberadamente las variables; además de la investigación explicativa por cuanto se estudió la relación causa – efecto sobre la incidencia del valor cultural de las artesanías y su relación en la actividad turística. Finalmente, se desarrolló una propuesta de comercialización con el propósito de direccionar las ventas de las artesanías, mediante un esquema estratégico que permita promocionar turísticamente la producción artesanal e identidad cultural a nivel nacional e internacional, como una alternativa de turismo cultural, destacando la valoración de los procesos ancestrales empleados en cada una de las artesanías, símbolos de la herencia panzaleo.

INTRODUCCIÓN

La actividad artesanal, ha sido una preocupación constante de los especialistas de todo el mundo, y en especial de América Latina; entre las investigaciones que han abordado esta temática a nivel internacional y nacional, se logra identificar uno de los lineamientos propuestos por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y Cultura) que se menciona: “el patrimonio cultural inmaterial se manifiesta, entre los principales ámbitos en la artesanía y artes visuales basadas en técnicas artesanales tradicionales” (Organización Mundial de Turismo, 2000, p. 180). A su vez a nivel nacional se presentan varios estudios, los cuales buscan dar un mayor realce al patrimonio intangible de una sociedad, evidenciándose en la investigación de Naranjo Villavicencio (1996), especialista que manifiesta “como las manifestaciones: artesanales, festivas, y religiosas, forman parte de la compleja realidad cultural de la provincia de Cotopaxi”; por consiguiente, el objeto de estudio de la presente investigación busca analizar el valor cultural de las artesanías del cantón Pujilí, en relación a la actividad turística de la zona, logrando identificar oportunidades y debilidades de esta actividad económica.

A su vez, el estudio permite comprender como en las artesanías se transmite la idiosincrasia de un pueblo sufrido que ha hallado en el arte su expresión y supervivencia en la contemporaneidad, y a su vez entender su cosmovisión plasmada en cada una de sus obras, como son: pondos, tiestos, pinturas, máscaras, jergas de algodón; siendo cada uno de estos objetos parte de su vida diaria, y que lastimosamente los jóvenes y niños de la localidad desconocen sobre el valor ancestral que significa el trabajo artesanal del cantón Pujilí, limitando su conservación para las futuras generaciones.

CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

El abandono de la actividad artesanal popular, en ciertos casos se ha visto influenciada por el establecimiento de fábricas con maquinaria moderna y la presencia de agudos problemas socio-económicos que padece el artesanado, los mismos que subsisten y agudizan con caracteres cada vez más dramáticos, por aquella razón Durr (1997, p.19) manifiesta que en razón a la “preocupación constante de los especialistas de América Latina, en especial de México, Perú y Guatemala, han realizado investigaciones referentes a las artesanías, su valor ancestral, sus diferentes formas de producción y su relación con la actividad turística a nivel internacional y nacional”; también así Papopusek (1996) menciona que “las artesanías a pesar de tener una fuerte venta a nivel internacional, se han visto afectadas en: la ideología de los artesanos, en la pérdida del significado original, e incluso en el deterioro de su calidad”.

En el Ecuador, las artesanías se pueden apreciar en todas las provincias, debido a la materia prima única que identifica a cada región; sin embargo, el sinnúmero de inconvenientes que ha tenido el trabajo artesanal se debe a la industria masiva “de gran escala”, y a las técnicas contemporáneas, muchas de ellas impuestas como parte de la política económica de la sociedad capitalista, y que a su vez ha puesto en peligro la existencia de las artesanías tradicionales, y en especial énfasis en el cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi, en donde son muchos los factores que han corrompido estas formas de cultura, siendo en gran medida a causa de: la expansión del mercado capitalista, la evolución de la economía campesina, la carencia de información sobre el valor histórico – ancestral en los pujilences sobre las artesanías populares, desconocimiento empresarial por parte de los artesanos, la informalidad en sus ventas, la migración de jóvenes a las grandes ciudades como: Latacunga, Quito y Ambato, y la poca información y desconocimiento del mercado, llegando a tener efectos negativos como: la falta de interés e involucramiento por parte de los niños y jóvenes en conocer y elaborar las artesanías de su tierra natal, recayendo en ciertos casos en el olvido de esta labor significativa; la búsqueda de la

utilidad; la conveniencia del producto y precios bajos por parte de los consumidores; el rechazo al valor cultural y simbolismo de la artesanía; además de la exigencia en el mejoramiento de la competitividad; el manejo empírico e ineficiente del sistema de comercialización por parte de los artesanos; y el desaprovechamiento total del potencial de desarrollo del turismo – artesanal.

En virtud a lo anterior, el presente trabajo pretende responder a las siguientes interrogantes:

- a. ¿La escasa información sobre los procesos y procedimientos ancestrales en la elaboración de las artesanías del cantón Pujilí ha limitado su producción y conocimiento ante futuros compradores?
- b. ¿El valor socio-cultural de las artesanías del cantón Pujilí permite impulsar un desarrollo turístico en la zona?
- c. ¿La producción artesanal del cantón Pujilí influye en la preferencia de visitas turísticas hacia el cantón?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Objetivo General

Estudiar el valor cultural de las artesanías del cantón Pujilí y su relación en la actividad turística de la zona.

1.2. Objetivos Específicos

- a. Diagnosticar la situación artesanal del cantón Pujilí.
- b. Determinar un esquema interpretativo del valor cultural de las artesanías en el cantón Pujilí.
- c. Analizar la relación entre la oferta y demanda turística en el cantón Pujilí.

JUSTIFICACIÓN

Es importante señalar para los efectos que el especialista Rodríguez, G. R., & Roget, F. M. (2009) señala que “el continuo crecimiento cuantitativo del turismo está siendo acompañado en las últimas décadas de profundos cambios cualitativos, lo que ha provocado buscar nuevas estrategias de participación en la oferta turística” (p. 18); caminando en conjunto con las nuevas tendencias de la demanda, ligados a uno de los factores influyentes como es la labor y participación de los artesanos y su producción artesanal, misma que es el objeto de estudio de la presente investigación, y que tiene como finalidad estudiar el valor socio-cultural de las artesanías del cantón Pujilí, y la participación en el mercado turístico, para lo cual se realizará una recopilación bibliográfica de los procesos y técnicas ancestrales, apoyada en el estudio de campo, y de esta manera se diseñará una propuesta que permita contribuir al crecimiento de la economía del sector, generando ingreso de divisas, proponiendo empleo directo e indirecto, e impulsando a nuevas inversiones. Así también, el propósito de este estudio es emplear un rescate y valoración de estas formas culturales pujilences, y como efecto mostrar una visión panorámica de las artesanías populares que tienen vigencia en el cantón Pujilí, y amplia dispersión en todo el territorio artesanal, por cuanto constituyen la mejor expresión del quehacer colectivo, como una muestra del perfil cultural particular como pueblo, pero que a la vez lo universaliza con el resto de cantones de la provincia de Cotopaxi, y por ende del Ecuador.

Sin lugar a duda, Pujilí siendo la capital artesanal, cuna de exitosos y reconocidos artesanos, es necesario e importante realizar ciertas acciones que impulsen a la revitalización del valor cultural de las artesanías. Por esta razón Urruela, J. M. G. (2001, pág. 271-293) menciona que “los estudios y conocimientos científicos, sociales y culturales con miras a su preservación, permite comprender, lejos de su superficialidad, cómo estas expresiones son raíces vitales de nuestra identidad cultural”; ejemplo que se puede evidenciar en el cantón Pujilí, lugar en el cual se presenta una cultura popular que vive en cada acción diaria y en cada rincón.

IDEA A DEFENDER

El estudio del valor cultural de las artesanías del cantón Pujilí, mejorará la actividad turística de la zona

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización del estudio de las artesanías, y su influencia en la actividad turística, en el cantón Pujilí, provincia Cotopaxi, es necesario contar con una metodología de investigación, la cual se constituirá en un camino a seguir para llevar a cabo la propuesta e implementación de un proyecto, resultado del diagnóstico realizado entre la actividad: artesanal y turística.

a. Tipo de Investigación

A pesar de que existen varios tipos de estudio, para la presente investigación se utilizará la siguiente tipología:

- ✓ **Descriptiva.**-Permitirá realizar un detalle de las características de los artesanos, pobladores de Pujilí y sus turistas; así como también de las técnicas y procesos utilizados para la elaboración de cada una de las artesanías populares; dando una idea general de su importancia a nivel local, nacional e internacional.
- ✓ **Documental.**-Se basará en la utilización de fuentes de información interna y externas primarias y secundarias, mediante el uso de estadísticas de los artesanos y pobladores del cantón Pujilí, y de los turistas nacionales e internacionales que llegan a este cantón.

b. Diseño de la investigación

Para el desarrollo del presente estudio se llevará a cabo una investigación cuasi-experimental, debido a que no es posible manipular deliberadamente las variables; por tanto los resultados del estudio son diferentes de acuerdo al muestreo aplicado; además, se debe recalcar que en la actividad del turismo se puede realizar una descripción y un análisis de las causas y efectos por lo que se producen situaciones particulares.

c. Métodos de Investigación

Para la investigación se aplicaran los siguientes métodos:

- ✓ **Inductivo - Deductivo**, se observarán las características homogéneas que se repitieron en los artesanos y los turistas.
- ✓ **Analítico – Sintético**, se utilizará en la tabulación de datos, al igual que en la interpretación de resultados del estudio de mercado.
- ✓ **Cualitativo**, se utilizará para conocer los hechos, procesos, técnicas y comportamientos de los artesanos frente a las vistas de los turistas, mediante la observación del comportamiento y su interrelación entre estos dos grupos de población.

d. Técnicas de Instrumentos de recolección de datos

Las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos, tendrán como sustento las fuentes de información primaria; mediante el uso de la información directa y de primera mano de los artesanos y turistas involucrados en el accionar diario, utilizando la técnica de observación directa de hechos, autobiografías, anécdotas, relatos, notas de campo, y cuestionarios para llevar a cabo las encuestas y entrevistas. Así también se utilizarán como fuentes de información secundaria, la investigación bibliográfica para ser utilizada como referencia en la presente investigación y las estadísticas proporcionadas por: el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Ministerio de Turismo, así como también de las Asociaciones y Gremios de Artesanos del cantón Pujilí.

e. **La población del estudio** está dirigida a dos grupos:

- ✓ **Artesanos (as) del cantón Pujilí**, que exclusivamente elaboran y comercializan *souvenirs* o recuerdos para turistas nacionales o extranjeros.
- ✓ **Turistas Nacionales y Extranjeros**, el ingreso de turistas a la Reserva Ecológica Los Ilinizas en el año 2012 fue de 8378 personas (Ministerio del Ambiente, 2012).
- ✓ **Población Económicamente Activa del cantón Pujilí**
Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) la población económicamente activa del cantón Pujilí es de 36433 personas.

f. **Herramientas de Investigación**

Entre las herramientas de apoyo para este tipo de estudio se utilizará lo siguiente:

- ✓ **Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros**, están enfocadas para tener como respuesta su nivel de conocimiento en la trascendencia socio cultural de cada artesanía elaborada en el cantón Pujilí.
- ✓ **Encuestas dirigidas los pobladores económicamente activos**, las preguntas que se aplicarán a este segmento tiene como fin conocer el valor y las expectativas que tienen en relación a la actividad artesanal que se desarrolla en su cantón.
- ✓ **Encuestas dirigidas a la Población del cantón Pujilí**, las preguntas que se emplearan a los pobladores del cantón Pujilí, tienen como objetivo visualizar el nivel de conocimiento, valoración y participación en el trabajo artesanal.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

A continuación se presentan los fundamentos: antropológico, sociológico, histórico y teórico que enmarcan este estudio y que sirven de base para el análisis de sus resultados; conscientes de la implicación que toda investigación llega a tener sobre el sujeto de estudio, el presente trabajo está enmarcado en “una concepción del ser humano como una entidad compleja y paradójica, y sobre todo como un ser pluridimensional” Paolo, L. J. D. P. (2014). Es por aquello que (Fernández, 1981; Santana, 1997; Aguilar, 2003), citado por Ballesteros (2012, p. 65) señala que “el trabajo de los artesanos está implícitamente relacionado con la actividad turística, por cuanto sus actores tienen el deseo de conocer y de formar parte del conjunto de expectativas sobre el destino turístico elegido”, y específicamente del contexto en que se mueven sus habitantes a través de sus manifestaciones culturales (tradiciones, gastronomía, artesanías, arte, arquitectura, fiesta, música e historia), por ende la relación que llega a tener el trabajo artesanal en conjunto con el turismo, da paso al turismo cultural, y visto desde la antropología cultural, este fenómeno conlleva a la interacción de diferentes culturas, formas de vida y pautas de conductas caracterizadas por universos simbólicos de representaciones.

En el desarrollo de la investigación se utilizarán múltiples técnicas de investigación interdisciplinarias para analizar e interpretar desde diversas perspectivas teóricas, la definición de artesanía y sus componentes, por lo cual Ward (2011. p. 32) en primera instancia indica que “al ser el concepto actual de la artesanía, producto de la interacción de un grupo social, el sentido del concepto tiene lugar debido a un proceso dinámico, a través del cual un determinado grupo sociocultural describe la realidad”; mientras que desde la visión económica, (Artesanía en Loreto - Promamazonia, 2008) se menciona que la artesanía es aquella actividad destinada a la elaboración y producción de bienes, en las que predominan el trabajo manual, resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio que pueda realizar el artesano en su domicilio o fuera de él, pudiendo la

naturaleza de los productos estar basada en las características distintivas en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético.

Por aquello, los ecuatorianos necesitan profundizar la raíz de su destino, penetrar agudamente en su realidad histórica y económica, es este último sector, en el año 2013 bajo los resultados del estudio y análisis de las artesanías en Ecuador, realizado por la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones – PROECUADOR, ha identificado que las exportaciones de artesanías en el período 2008 – 2012 han tenido un tasa de crecimiento anual del 5,9%, pasando de USD 17,133 miles en el 2008 a USD 21,523 miles en el 2012, identificándose que los productos de mayor comercialización son aquellos artículos en: tigua, barro, cerámica, madera, y sombreros de paja toquilla. Así también, se identifican que las provincias de mayor producción artesanal son: Azuay, Cañar, Manabí y Cotopaxi; y entre las principales tendencias y comportamientos para “la adquisición de artesanías es buscar productos que sean útiles, valorando el diseño y creatividad del artesano, así como los materiales utilizados” (PROECUADOR, 2013, p. 3).

La participación de la producción artesanal en la provincia de Cotopaxi, de acuerdo a Albán, J. (2014) menciona que “se encuentra en la búsqueda de mejorar los ingresos económicos de las familias en los sectores urbanos y rurales, además de rescatar su importancia significativa socio-cultural y socio-económica”, por cuanto refleja a la cosmovisión, la identidad y las manifestaciones históricas de los pueblos, permitiendo desarrollar sus habilidades, fomentar su creatividad, y el dinamismo de empleo local y familiar. Sin lugar a duda la actividad artesanal se encuentra estrechamente ligada a la actividad turística nacional e internacional, es por aquella razón que la superestructura turística ha promovido la inversión extranjera en el país, basándose en la política de Gobierno por medio del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, y el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2020.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL DEL CANTÓN PUJILÍ.

1.1. Datos Geográficos

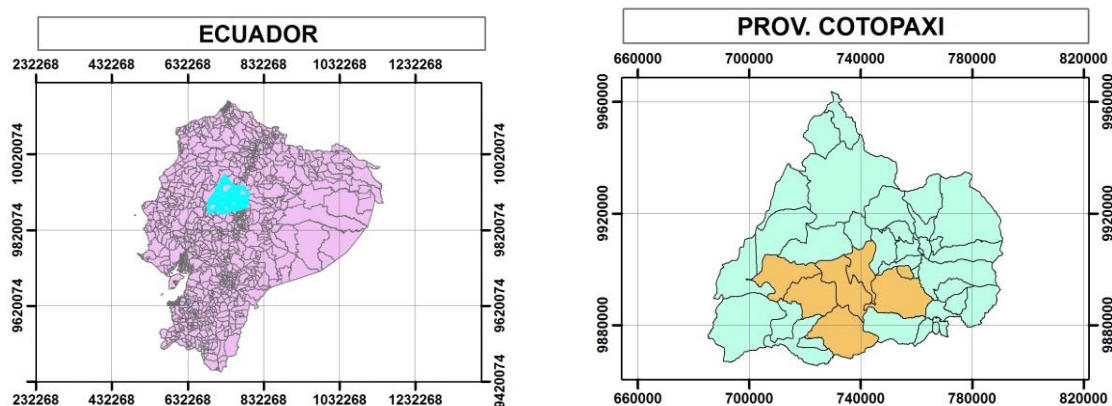
1.1.1 Ubicación

De acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado de Pujilí, se indica que “el cantón se ubica en la zona Centro – Occidental de la provincia de Cotopaxi, a 10 km. al oeste de la ciudad de Latacunga, y su altura promedio es de 2980 m.s.n.m.”. (GAD_Pujilí, 2011)

1.1.2 Superficie

Pujilí es el cantón más extenso de la provincia Cotopaxi, después de Latacunga, y tiene una superficie de 1.289 km².

Figura N. 1.1 Ubicación geográfica del cantón Pujilí



Fuente: ARGIS, 2015

Elaborado por: González, Angélica (2015)

1.1.3 Clima

Su clima es semiárido – mesotermal y su temperatura media es de 12,4 C°.

1.1.4 Limites

Norte: Sigchos, Saquisilí y Latacunga

Sur: Pangua, Bolívar, (Guaranda) y Tungurahua (Ambato)

Este: Latacunga y Salcedo

Oeste: La Mana y Pangua

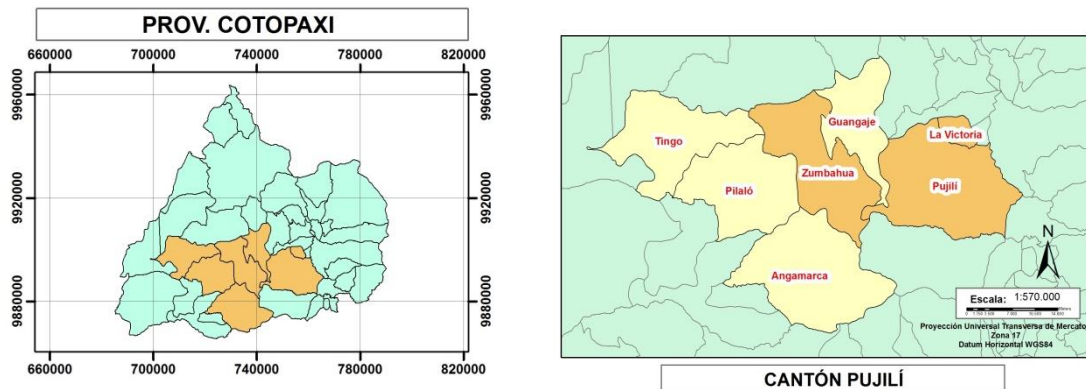
1.1.5 División política

El cantón políticamente se encuentra dividido en siete parroquias, una urbana y seis rurales:

Parroquias Urbanas: Pujilí como cabecera cantonal (Matriz)

Parroquias Rurales: La Victoria, Guangaje, Zumbahua, Angamarca, Pilaló y Tingo
La Esperanza

Figura N. 1.2 División Política del cantón Pujilí



Fuente: ARGIS, 2015

Elaborado por: González, Angélica (2015)

1.2. Reseña Histórica

Pujilí de acuerdo a Fausto Segovia (2002, p. 34) proviene del vocablo quichua PUGCHILÍ, población fundada por Alonso Sancho Duchicela, cuyo significado para algunos tratadistas es “Posada de Juguetes” debido a que sus habitantes se dedicaban a la alfarería y formaban juguetes de barro que existen hasta ahora.

Como el resto de pueblos situados en los páramos del occidente de la Cordillera de los Andes, Pujilí estuvo habitada por “Panzaleos” a quienes se los describe como personas dedicadas a las labores: agrícola, alfarería y pastoreo del ganado. En el siglo XV Pujilí enfrentó la conquista de los Incas, afrontando las influencias de los invasores (GAD_Pujilí, 2011), evidenciándose estas características en las técnicas de varios instrumentos de trabajo, utilitarios, decorativos y ceremoniales, además la confección de tejidos, cerámica y orfebrería.

Según lo menciona (Pita & Meier, 1998) “las actividades artesanales en Ecuador se desarrollaron durante el siglo XVII, por lo que se incrementó el número de talleres a medida que aumentaba la población de las ciudades y se desarrollaba la economía”, debido a que eran necesarios crear nuevos artículos de producción así como la prestación de otros servicios de los artesanos.

En la época de la colonia los españoles nombraron a Pujilí como Villa de San Buena Aventura, lugar para realizar ritos religiosos; “por tanto en 1570, según cronistas lugareños, Pujilí fue un importante acierto doctrinario, fundado por el Fray Eugenio; sin embargo la necesidad de buscar la libertad e independencia logran cantonizar a este lugar el 14 de octubre de 1852” (Naranjo, 1980).

1.3. Estructura Socio-Económica

1.3.1. Análisis de la Población del cantón Pujilí

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) la población del cantón Pujilí tiene las siguientes características:

Cuadro N. 1.1. Población de Pujilí

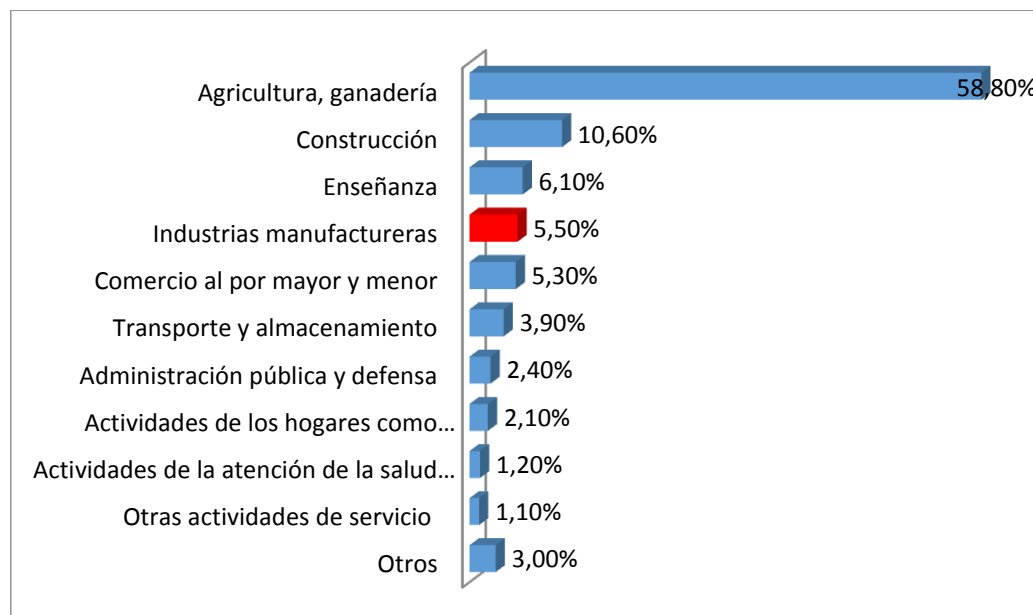
Población	69.1 mil habitantes	16,9% respecto a la provincia Cotopaxi
Urbana:	10.074	14,6%
Rural:	58.927	85,4%
PEA:	36.433	52,8%
Género Femenino	36.295	52,6 %
Género Masculino	32.706	47,4 %

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2010)

1.3.2. Análisis de la Productividad del cantón Pujilí

De acuerdo al (INEC, 2010) se indica que exista 36.433 personas que pertenecen a la población económicamente activa en el cantón Pujilí, quienes dedican su tiempo laboral a las siguientes actividades:

Gráfico N. 1.1. Dedicación Laboral de la PEA



Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2010)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

a) Agricultura

La principal actividad de Pujilí siempre ha sido la agricultura, siendo el principal cultivo la papa, logrando destacarse la parroquia Angamarca (42%), seguido de la parroquia Zumbahua (32%); como se puede visualizar a continuación:

Cuadro N. 1.2. Principales cultivos del cantón Pujilí

PRODUCTO	SUPERFICIE (HA)	SUPERFICIE (%)
Papa	1080	23%
Cebada	602	13%
Meloco	510	11%
Maíz tierno suave	473	10%
Mora	370	8%
Haba	347	7%
Orito	210	5%
Caña de azúcar	195	4%
Frejol seco	205	4%
Yuca	150	3%
Babano	150	3%
Cebolla blanca	114	2%
Avena	48	1%
Otros	205	4%
TOTAL	4659	100%

Fuente: SIGAGRO (2011)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

b) Ganadería

Así mismo en la ganadería, “la crianza de animales también brinda réditos económicos, pues cada familia campesina tiene una pequeña parcela con ganado vacuno, borregos, llamas, pollos, caballos, burros, etc” (GAD_Pujilí, Plan de desarrollo del Cantón Pujilí, 2012).

c) Artesanía

La cultura se transmite a través de la artesanía, que ha trascendido las fronteras de Ecuador, y se aprecia en diversas partes del mundo, los artesanos del cantón Pujilí aprovechan su destreza y virtuosismo en la elaboración de diferentes objetos que reflejan sus tradiciones y cultura, su visión del mundo y su sabiduría ancestral.

Cuadro N. 1.3. Distribución de la producción artesanal en Pujilí

ARTESANÍA	ZONIFICACIÓN
Alfarería y cerámica	1. Cabecera cantonal de Pujilí "La Matriz". 2. Parroquia La Victoria
Pintura en plumas y cuero en forma de separadores	1. Cabecera cantonal de Pujilí "La Matriz".
Pinturas de Tigua	1. Parroquia Zumbahua - Comunidad de Tigua
Máscaras de madera	1. Parroquia Zumbahua - Comunidad de Tigua
Tejidos de lana de alpaca y vicuña	1. parroquia Zumbahua – comunidades (Jataló y Shalalá)

Fuente: Investigación de Campo (2014)

Elaborado por: González, Angélica (2015)



Fotografía 01: Tiendas Artesanales de la parroquia: La Matriz, La Victoria y la Galeria de Zumbahua

Fuente: González, Angélica (2014)

1.4. Análisis del Sistema Turístico

Conforme establece la OMT (Organización Mundial de Turismo, 2000, p. 35) “el sistema turístico está compuesto por una serie de componentes”, mismos que son considerados para el análisis de la presente investigación.

1.4.1. Demanda Turística

En el cantón Pujilí desde hace varias décadas se ha evidenciado la afluencia de turistas, a los principales atractivos turísticos naturales y culturales, como son: la Laguna del Quilotoa, El Santuario del Niño Isinche y Las Fiestas del Corpus Christi; sin embargo hasta el momento no se ha registrado el número de turistas y/o visitantes que llegan al cantón; tan solo se cuenta con las estadísticas de visitantes proporcionadas por el Ministerio del Ambiente de la Reserva Ecológica Los Ilinizas, razón por la cual a continuación se utilizara esta información para el presente estudio.

Cuadro N. 1.4. Número de Turistas de la Reserva Ecológica Los Ilinizas

Turistas Año 2013	2012	2013
Nacionales	6395	9782
Extranjeros	1915	4688
Total Turistas	8310	14470

Fuente: Registro de Visitantes a la Reserva Ecológica Los Ilinizas (Ambiente, 2012)

Elaborado por: González, Angélica (2015)



Fotografía02: Demanda de Turistas Extranjeros (Vista al cráter Quilotoa Nov. 2014)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

1.4.2. Oferta Turística

De acuerdo a la característica de los turistas que llegan al cantón Pujilí el tiempo que tienen es muy corto para realizar la visita en un solo día a los atractivos turísticos del cantón, (17 atractivos turísticos naturales y 15 manifestaciones culturales), razón por la cual se ven impulsados a pernoctar en los poblados de: Quilotoa, Shalalá, Zumbahua o la Cabecera Cantonal Pujilí, lugares en los cuales se identifican 26 establecimientos de alojamiento, 52 establecimientos de alimentos y bebidas, y 1 sitio de esparcimiento.

Cuadro N. 1.5. Establecimientos de Alojamiento:

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO					
PARROQUIA	Hostales	Hosterías	Otros	Total	Plazas
La Matriz	1	2	0	3	42
Zumbahua	15	0	1	16	243
Pilaló	1	0	0	1	8
Angamarca	0	1	2	3	30
Tingo-La Esperanza	0	1	2	3	76

Fuente: Catastro Turístico(GAD_Pujilí, Gobierno Autonomo Descentralizado, 2011)

Cuadro N. 1.6. Establecimientos de Alimentos y Bebidas

ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS							
PARROQUIA	Restaurantes	Marisquería	Cafetería	Comida Rápida	Otros	Total	Plazas
La Matriz	23	3	2	3	5	36	979
La Victoria	2	0	0	0	2	4	68
Zumbahua	3	0	0	1	3	7	138
Pilalo	1	0	0	0	0	1	28
Angamarca	0	0	0	0	1	1	12
Tingo-La Esperanza	2	0	0	0	2	4	45

Fuente: Catastro Turístico(GAD_Pujilí, Gobierno Autonomo Descentralizado, 2011)

Cuadro N. 1.7 Establecimientos de Esparcimiento

ESTABLECIMIENTOS DE ESPARCIMIENTO		
PARROQUIA	TOTAL	PLAZAS
La Matriz	1	120

Fuente: Catastro Turístico(GAD_Pujilí, Gobierno Autonomo Descentralizado, 2011)



Fotografía03: Hostal 032724159 (Calle José María Velasco Ibarra y Sucre)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

En relación a los componentes de espacio turístico y de acuerdo al Inventario de atractivos Turísticos, proporcionado por la Oficina de Turismo (GAD_Pujilí, Gobierno Autonomo Descentralizado, 2011), en conjunto con la investigación de campo se identificó diecisiete (17) atractivos turísticos naturales y quince (15) manifestaciones culturales las cuales se clasifican a continuación en categoría, tipo y subtipo, de acuerdo su ubicación geográfica:

Cuadro N. 1.9 Atractivos Turísticos Naturales

CATEGORÍA: ATRACTIVOS NATURALES				
N.-	Parroquia de ubicación	Nombre del Atractivos	Tipo	Subtipo
1		Laguna Quilotoa	Zona Lacustre	Laguna
2		Cerro Calizo-Unacota	Montañas	Cerro
3	Zumbahua	Cañón Toachi	Montañas	Flujo de Lava
4		Kinti-Sili	Montañas	Colina
5		Cóndor Matzi	Montañas	Alta Montaña
6		Cueva del Inca	Fenómenos Espeleológicos	Cueva
7	La Victoria	El Mortiñal	Bosque	Páramo
8	La Matriz	Aguas Termales de Aluchan	Aguas Subterráneas	Aguas Termales
9		Cerro Sinchahuasín	Montañas	Colina
10	Pívalo	Agua Mineral Pívalo	Aguas Subterráneas	Agua Mineral
11		Cascada Arrayán	Ríos	Cascada
12		Cascada El Negrillo	Ríos	Cascada
13	Tingo - La Esperanza	Cascada San Vicente	Ríos	Cascada
14		Cascada - Cueva de los Murciélagos	Ríos	Cascada

15	Angamarca	Formación Rocosa El Chivo	Montañas	Colina
16		Cueva de Los Tayos	Fenómenos Espeleológicos	Cueva
17		Cerro Churo Pucará	Montañas	Cerro

Fuente: (GAD_Pujilí, Gobierno Autonomo Descentralizado, 2011)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Cuadro N. 1.10 Atractivos Turísticos Culturales

CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES				
N.-	Parroquia de ubicación	Nombre del Atractivos	Tipo	Subtipo
1	La Matriz	Centro Artesanal Don Bosco	Etnográfica	Artesanía
2		Artesanías Sumalo	Etnográfica	Artesanía
3		Centro Integrado Cultural Montenegro	Etnográfica	Artesanía
4		Danzante de Pujilí	Etnográfica	Música y Danza
5		Santuario del Divino Niño Manuelito Isinche	Etnográfica	Tradición Religiosa
6		Iglesia Matriz de Pujilí	Histórica	Arq. Religiosa
7		Palacio Municipal	Histórica	Arquitectura Civil
8	La Victoria	Vestigios Arqueológicos La Victoria	Históricas	Arqueológica
9		Alfarería La Victoria	Etnográfica	Artesanía
10	Zumbahua	Centro Artesanal Quilotoa	Etnográfica	Artesanía
11		Pintura y artesanía indígena de Tigua	Etnográfica	Tradición Popular
12		Angamarca	Histórica	Zona Histórica
13		Angamarca la Vieja	Histórica	Zona Arqueológica
14		Zumbahua: Andenes de cultivo prehispánico	Histórica	Zona Histórica
15	Tingo - La Esperanza	Trapiches Tradicionales	Etnográfica	Artesanía

Fuente: (GAD_Pujilí, Gobierno Autonomo Descentralizado, 2011)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

1.4.3. Infraestructura Turística

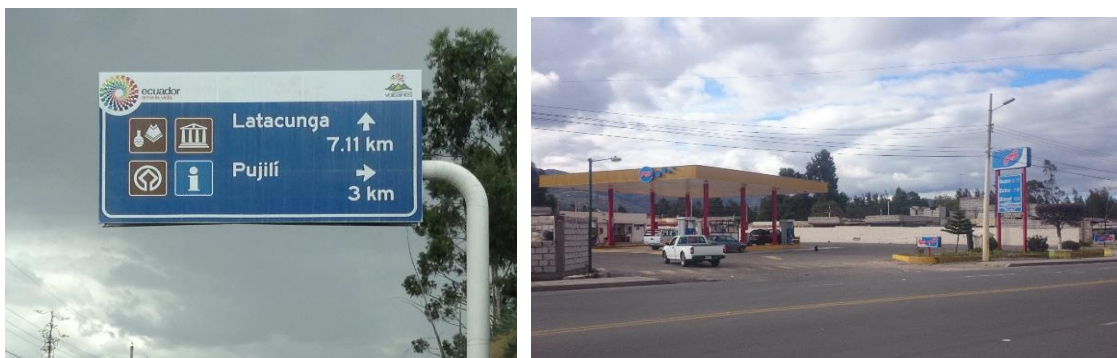
1.4.3.1. Infraestructura de Apoyo

a. Vialidad

El cantón Pujilí, tiene como principal vía el eje E-30, calificada como de primer orden al ser el corredor principal que comunica a las ciudades de: Pujilí – La Maná – Quevedo.

Otros ejes viales, calificados como secundario debido al corto número de carriles que unen a Pujilí con el resto cantones, entre sus características similares están: carreteras asfaltadas, señalizadas y en buenas condiciones, trabajo que se acredita a la empresa de mantenimiento del Ministerio de Obras Públicas; es así como Latacunga se conecta con una vía de 10 Km. Salcedo se enlaza con una vía de 22 Km., Saquisilí se une con una vía de 19.3 Km. Sigchos se une a través de la Parroquia Zumbahua, con 65 Km. Mientras que los sectores de Pangua – El Corazón debe recorrer el eje 30 entre Pujilí – La Mana hasta llegar a Apagua, y posterior hacia Angamarca, recorriendo una distancia de 110 Km.

El sistema vial interno entre las parroquias del cantón Pujilí, está en función al eje E 30, Pujilí, La Maná, Pangua, Angamarca y Zumbahua, en cambio Guangaje se conecta con esta vía desde Tigua, siendo de tercer orden y recorriendo 10Km.; mientras que para llegar a la parroquia La Victoria se recorre 4 km de carretera asfaltada y señalizada, saliendo desde la cabecera cantonal de Pujilí.



Fotografía 04: Señalética del Eje 30, y la Gasolinera Sindicato de Choferes “Pujilí” (Calle José María Velasco Ibarra).

Elaborado por: González, Angélica (2015)

b. Transporte

La administración del transporte que moviliza a la población de Pujilí, es privada, identificándose a compañías como: Pujilí, La Merced, 14 de Octubre y Vivero; Así también existen dos cooperativas de taxi, que proveen el servicio puerta a puerta y de carga.

La ubicación que tienen los buses de las cooperativas que transportan internamente en el cantón Pujilí tiene su terminal ubicado en la cabecera cantonal de Pujilí; mientras que las cooperativas de taxi se ubican al borde de la Plaza Sucre.



Fotografía 05: Parada Integral de Buses “Jesús del Gran Poder” (Calle José María Velasco Ibarra y Sucre)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

c. Comunicación

El desarrollo de una ciudad está relacionada al nivel de satisfacción y el uso de la comunicación que tengan sus pobladores, por cuanto esto permite darle un impulso al comercio, industria, producción y distribución de bienes o servicios; es así como “el 100% de la cabecera cantonal de Pujilí cuenta con la telefonía fija y móvil, para el primer caso tiene la cobertura de CNT y para el segundo Claro y Movistar” (GAD_Pujilí, Gobierno Autonomo Descentralizado, 2011); sin embargo, el resto de las parroquias únicamente cuenta con la cobertura de CNT en los centros poblados y el resto se abastece de la escasa señal de la telefonía móvil.



Fotografía 06: Servicio de telefonía de CNT (parroquia La Victoria)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

1.4.3.2. Infraestructura de Abastecimiento

De acuerdo a (GAD_Pujilí, Plan de desarrollo del Cantón Pujilí, 2012), las condiciones de los servicios básicos del cantón Pujilí se encuentran en las siguientes condiciones:

a) **Agua Potable:** El 42,5% de la población cuenta con el servicio de agua potable, el 16% tiene agua de pozo; el 36,3% tiene de ríos o vertientes, el 0,8% obtiene agua de los carros repartidores y el 4,1% de otros medios.

b) **Alcantarillado:** El 15,5% de la población tiene red pública de alcantarillado, mientras que el 16,1% tiene pozo ciego; el 11,9% pozo séptico y el 55,9% se desconoce.

c) **Energía Eléctrica:** únicamente el 59% cuenta con energía eléctrica.



Fotografía 07: Empresa Eléctrica Pujilí
(Calle Pichincha y pasaje Bolívar Avilés)
Elaborado por: González, Angélica (2015)



Fotografía 08: GAD Municipal de Cantón Pujilí
(Calle García Moreno y José Joaquín de Olmedo)

1.4.4. Superestructura Turística

El GAD Municipal de Pujilí, es una institución pública con un equipo humano multidisciplinario creado para satisfacer las necesidades básicas de sus habitantes, en la circunscripción territorial que le corresponde, propendiendo al ordenamiento territorial como estrategia para la consecución y práctica del buen vivir, basándose en principios de solidaridad, unidad, equidad, subsidiariedad, e interculturalidad.



Fotografía09: GAD Municipal de Cantón Pujilí (Calle García Moreno y José Joaquín de Olmedo)
Elaborado por: González, Angélica (2015)

El Municipio en el año 2000 creó el “Departamento Municipal de Turismo, Educación y Medio Ambiente”, para promover, educar y desarrollar el área turística del cantón, pero para el año 2005 cambio de modalidad para convertirse en la “UNIDAD MUNICIPAL DE TURISMO, EDUCACIÓN Y MEDIO AMBIENTE”. Esta Unidad se ha encargado de la actualización del Catastro de Servicios Turísticos del cantón, para ordenar a los prestadores de servicios y cobrar los valores de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), como parte del proceso de Descentralización turística, así también de la actualización de los recursos naturales y culturales de las diferentes parroquias, y la realización de proyectos para la difusión de los diferentes atractivos a través de material publicitario.

1.4.5. El Espacio Turístico

“El espacio turístico es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no debemos olvidar, son la materia prima del turismo” (Boullón, 1986, p. 17 – 20). Este elemento del patrimonio turístico, más la planta turística, es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país.

El espacio turístico en el cual se desarrolla la investigación está compuesto por los siguientes componentes:

Cuadro N. 1.11. Componentes del Espacio Turístico del cantón Pujilí

Zona Turística	Centros Turístico	Corredor Turístico
Cantón Pujilí	La Matriz	Pujilí – Jataló Quilotoa
	La Victoria	
	Zumbahua	

Fuente: (Boullón, 1986)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

1.5. Zonificación del Área de Estudio

Para lograr un análisis efectivo sobre el valor cultural de las artesanías del cantón Pujilí, provincia Cotopaxi, en relación a la actividad turística, y por razones metodológicas surge la necesidad de zonificar el cantón de acuerdo a la producción artesanal que tiene cada parroquia, identificando un espacio geográfico delimitado, de la siguiente manera:

Figura N. 1.3 Mapa de Zonificación



Fuente: (GAD_Pujilí, Plan de desarrollo del Cantón Pujilí, 2012)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

1.5.1. Zona A: Cabecera cantonal de Pujilí (La Matriz)

Cuadro N. 1.12. Producción Artesanal de la parroquia “La Matriz”

Parroquia:	Pujilí, cabecera cantonal (La Matriz)			
Ubicación	Se encuentra a sureste del cantón Pujilí			
Población:	33430; Hombre 15732 - Mujeres 17698			
Producción Artesanal:	Pujilí se caracteriza por que sus establecimientos artesanales ofrecen: objetos de cerámica de todos los tamaños, bustos de personajes típicos de las fiestas tradicionales del cantón Pujilí y Latacunga; además por la elaboración del arte minucioso de pinturas pequeñas sobre plumas; todo esto con la finalidad de ser utilizados como objetos decorativos.			
Establecimiento Artesanal:	Tiendas Artesanal	TOTAL	2	100%
Establecimientos Registrados:	Ministerio de Industrias y Productividad		1	50%
	Junta Provincial de Defensa del Artesano		1	50%
	Ministerio de Inclusión Económica y Social		0	0%
	Sin Registro		0	0%
Personal Calificado:	3 maestros ¹ calificados en el Ministerio de Industrias y Productividad			
Personal Empírico	7 personas (2 operario ² ; 5 aprendiz ³)			

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2010);

Ministerio de industrias y Productividad (MIPRO, 2012)

¹**Maestro de Taller:** Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos.

²**Operario:** Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller.

³**Aprendiz:** Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado.

1.5.2. Zona B: Parroquia La Victoria

Cuadro N. 1.13. Producción Artesanal de la parroquia “La Vitoria”

Parroquia:	La Victoria			
Ubicación:	Se encuentra a 5 km del noroeste de la cabecera cantonal de Pujilí			
Población:	3016; Hombre 1438 - Mujeres 1578			
Producción Artesanal:	En la parroquia La Victoria, en los barrios: El Tejar, y El Calvario se han dedicado a la elaboración de floreros, vasijas, ollas, pundos de todos los tamaños, además de alcancías , también llamadas juguetes por cuanto sus formas representan a mascotas, y los bustos de personajes de las fiestas autóctonas del cantón Pujilí y de la ciudad de Latacunga.			
Establecimiento Artesanal:	Tiendas Artesanales	TOTAL	18	100%
Establecimientos Registrados:	Ministerio de Industrias y Productividad		0	0%
	Junta Provincial de Defensa del Artesano		0	0%
	Ministerio de Inclusión Económica y Social		3	17%
	Sin Registro		15	83%
Personal Calificado:	7 maestros calificados en el Ministerio de Industrias y Productividad			
Personal Empírico	42 personas (14 operario; 38 aprendiz)			

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2010);
Ministerio de industrias y Productividad (MIPRO, 2012)

1.5.3. Zona C: Parroquia Zumbahua

Cuadro N. 1.14. Producción Artesanal de la parroquia “Zumbahua”

Parroquia:	Zumbahua			
Ubicación:	Se encuentra ubicada a 60 km al sur-oeste de la parroquia Matriz			
Población:	12643; Hombre 5924 – Mujeres 6719			
Producción Artesanal:	En el sector de Tigua se elabora las conocidas pinturas de <i>naif</i> elaboradas en cuero de borrego y pintadas con paisajes, leyendas, historias características dela zona; además se comercializan las máscaras de madera, talladas y pintadas en forma de animales (perros, lobos, mono, etc.). Por otra parte en la comunidad de Lago Verde Quilotoa los artesanos elaboran de tejidos de algodón y lana de alpaca			
Establecimiento Artesanal:	Galerías Artesanales	TOTAL	4	100%
Establecimientos Registrados:	Ministerio de Industrias y Productividad		1	25%
	Junta Provincial de Defensa del Artesano		0	0%
	Ministerio de Inclusión Económica y Social		0	0%
	Sin Registro		3	75%
Personal Calificado:	47 maestros calificados en el Ministerio de Industrias y Productividad			
Personal Empírico	12 personas (3 operario; 9 aprendiz)			

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2010);
Ministerio de industrias y Productividad (MIPRO, 2012)

1.6. Situación Actual de las Artesanías

En el cantón Pujilí la producción artesanal destinada a la elaboración y producción de bienes y la prestación de servicios en las que predominan el trabajo manual analizada desde la **perspectiva económica**, se identifica que de 36.433 personas que pertenecen a la población económicamente activa, el 5,5%, es decir 2004 personas se dedica a las industrias manufacturas (INEC, 2010).

De este grupo 129 personas se relacionan directamente con la elaboración y venta de las artesanía en: barro, cerámica, pinturas de tigua, máscaras de madera y prendas de vestir tejidas en lana de borrego, alpaca y vicuña; por esta razón se menciona que la actividad artesanal apoya al mejoramiento de los ingresos económicos de las familias en los sectores urbanos y rurales de la provincia de Cotopaxi; beneficiándose varias agrupaciones sociales dedicadas a esta labor, que han encontrado un sustento económico debido a que su comercialización se realiza de diferente manera, convirtiéndose entonces en una fuente de trabajo significativa ,ayudando a contraer en muchos casos la pobreza, y a su vez fomentar un desarrollo local de los artesanos y de las personas que proveen la materia prima.

Además, la participación artesanal en el cantón Pujilí tiene una importancia significativa desde la **perspectiva social y cultural**, debido a que es una expresión que refleja la cosmovisión, la identidad y las manifestaciones históricas de los pueblos; permitiendo fomentar la creatividad, el desarrollo de habilidades, y la dinamización del empleo local y familiar; por tanto “la artesanía es la actividad económica y cultural, resultado del conocimiento o habilidad en algún arte u oficio que pueda realizar el artesano en su domicilio o fuera de él” (Artesanía en Loreto - Promamazonia, 2008), pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en las características distintivas en términos del valor histórico, cultural, utilitario o estético.

Sin duda, la producción artesanal está estrechamente ligada a la **actividad turística**, con un énfasis particular en el turismo cultural por cuanto los visitantes que llegan a las tiendas, galerías y talleres son turistas nacionales y extranjeros que buscan conocer sobre la idiosincrasia y cultura que tienen los pobladores de Cotopaxi y en especial Pujilí, conocida como la capital de juguete.

Por otra parte, es necesario indicar que actualmente los artesanos que aun elaboran sus artesanías con el mismo énfasis que lo hacían en el pasado realmente son muy pocos, a pesar que el núcleo familiar conoce de la actividad, son varias las circunstancias por las que gran parte de niños y jóvenes han dejado de involucrarse en la elaboración de las artesanías; particularmente en la parroquia La Victoria, en la mayoría de hogares participan los padres y solo reciben ayuda de familiares por temporada alta la cual se considera el mes de noviembre; mientras que la situación actual de la hilandería es negativa por cuanto últimamente ha ido desapareciendo ya que las mujeres prefieren la actividad agrícola que les resulta más rentable, situación parecida para el caso de las máscaras de madera y las pinturas *naif*.

Otro aspecto que es necesario mencionar, en relación a la situación de la producción artesanal es la participación que ha tomado la industrialización, la cual a afecto al artesano el mismo que ha dejado de tener la importancia que años anteriores tenía, a pesar de ello la producción artesanal se ha mantenido, es así que la artesanía ha pasado de ser considerada de utilitaria a estética. En este contexto se recalca que “el atractivo para el comprador de este tipo de productos, más que la mayor eficacia en la satisfacción de las necesidades, es el contenido estético que está en aquello que el control directo del hombre predomina sobre lo automático”. (Malo , Arroyo, Giordano , Jaramillo, & Soto , 1990)

La comercialización de la producción artesanal se ha identificado en base a la investigación de campo conforme a la promoción que se les ha dado a cada grupo:

Cuadro N. 1.15 Clasificación de artesanías en relación a la comercialización

ZONIFICACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	ARTESANÍA	CARACTERÍSTICA DE COMERCIALIZACIÓN
La Matriz	Pintura en plumas y cuero en forma de separadores	El artesano José Olmos ha innovado este producto, y tiene un convenio con el Gobierno a través del Ministerio de Turismo, permitiéndole exponer sus artesanías en ferias y exposiciones a nivel nacional e internacional.(2014)
La Victoria	Alfarería y cerámica	Se elaboraran y comercializan en la parroquia La Victoria, en la cabecera cantonal de Pujilí "La Matriz" y la ciudad de Latacunga.
Zumbahua	Pinturas de Tigua	Son comercializadas en la comunidad de Tigua, parroquia Zumbahua, en las principales ciudades del país además son expuestas en ferias internacionales.
	Máscaras de madera	Se elaboran y venden en las tiendas artesanales de la comunidad de Tigua, parroquia Zumbahua, además de ser vendidas en la feria de Saquisilí y en la ciudad de Latacunga y Quito.
	Tejidos de lana de alpaca y vicuña	Son elaboradas por las mujeres de las comunidades de la parroquia Zumbahua, y son comercializadas en la Galería artesanal de Jataló - Quilotoa

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: González, Angélica (2015)

1.7. Competitividad de las Artesanías

La competitividad de las artesanías del cantón Pujilí, se resume en la siguiente matriz FODA, en donde se identifican las: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, la cual se construyó en base a la participaron activa de los artesanos de las asociación que se encuentran en cada zona de estudio, y que a su vez se concluyeron en lo siguiente:

Cuadro N. 1.16 Análisis FODA de las Artesanías del cantón Pujilí

ANÁLISIS FODA	
INTERNO	EXTERNO
FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<p>El productor es un artista; existe alta creatividad y habilidad manual.</p> <p>El producto tiene valores culturales y ancestrales.</p> <p>Conocimiento y experiencia de los artesanos con denominación de maestros y operarios.</p> <p>Diversidad de los productos artesanales.</p> <p>Facilidad de adquisición de la materia prima.</p> <p>Valoración del trabajo artesanal por parte de los turistas extranjeros.</p>	<p>Desarrollo de un plan de comercialización para impulsar estrategias y acciones en beneficio de las artesanías del cantón.</p> <p>Promover el registro de todos los artesanos para contar con datos estadísticos actualizados.</p> <p>Impulso para la participación de los jóvenes en el fortalecimiento del conocimiento ancestral en la elaboración de artesanías.</p> <p>Generación de talleres participativos logrando el fortalecimiento de los lazos de comunicación y trabajo en equipo entre los artesanos del cantón.</p> <p>Apoyo por parte de las ONG's para potencializar la producción artesanal.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Los artesanos tienen un conocimiento débil frente a temas de emprendimientos empresariales.</p> <p>La publicidad de las artesanías que se producen en el cantón se presenta de manera individual por cada asociación artesanal, sin ningún parámetro de validación.</p> <p>El número de artesanos calificados por las entidades públicas es reducido.</p> <p>Poca participación e involucramiento de los jóvenes en el aprendizaje de la elaboración de las artesanías en cerámica, barro, prendas en lana de oveja o alpaca, pintura naif y máscaras de madera.</p> <p>El trabajo de los artesanos se basa en intereses personales.</p> <p>Escaso liderazgo de coordinación entre gremios artesanales.</p> <p>Alto costo unitario de producción.</p> <p>Bajo nivel de producción artesanal.</p>	<p>Ingreso de productos artesanales similares a la producción que se oferta en el cantón.</p> <p>Dificultades para acceder a micro-créditos en beneficio de la producción artesanal.</p> <p>Escasa señalización de talleres, tiendas y galerías de artesanías en cada zona de estudio.</p> <p>Incremento de impuestos al trabajo artesanal.</p> <p>Encarecimiento de la materia prima.</p> <p>Escasa participación gubernamental mediante el apoyo a los artesanos a través de capacitaciones.</p>

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: González, Angélica (2015)

1.8. Organizaciones del Sector Artesanal

La organización artesanal en el cantón Pujilí está compuesta por dos clases:

1.8.1. Organización Artesanal Simple:

Constituida por las siguientes asociaciones y organizaciones comunitarias, en las cuales participan únicamente los maestros artesanos calificados en una sola especialidad; además de las asociaciones interprofesionales en las cuales participan los maestros y operarios de diferentes especialidades:

Cuadro N. 1.17 Organizaciones Simple del Sector Artesanal

ORGANIZACIÓN	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	TELÉFONO/EMAIL
Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios Unión Artesanal Victoria UNAVI	Miguel Sevilla Olmos (Representante Encargado)	Parroquia La Victoria.	Celular: 0984504805 Email: sevillamiguel@hotmail.es
Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos del Cantón Pujilí.	Germán Olmos (Representante Encargado)	Parroquia La Matriz.	
Organización Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa.	Héctor Pastuña	Comunidad Lago Verde Quilotoa, Galería de Artesanías.	
Asociación de Artesanos Indígenas de Tigua.	Alfredo Toaquiza	Parroquia Zumbahua, Comunidad de Tigua (Vía Principal)	Cédula: 0986155214

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: González, Angélica (2015)

1.8.2. Organización Artesanal Compuesta:

Constituida por la Junta provincial de defensa de los artesanos de Cotopaxi, Cámara artesanal de Cotopaxi:

Cuadro N. 1.18 Organizaciones Compuesta del Sector Artesanal

ORGANIZACIÓN	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	TELÉFONO/EMAIL
Cámara artesanal de Cotopaxi	Sra. Susana Betancourt	Av.Unidad Nacional s/n, Latacunga	0322813310
Junta Provincial de Defensa del Artesano de Cotopaxi	Presidente Sr. Francisco Vivanco Riofrio	Sector Calvario. Latacunga	033931150 ext. 2402

Fuente: Junta Provincial de Defensa del Artesano de Cotopaxi (2013)

CAPÍTULO II

ESQUEMATIZACIÓN DEL VALOR CULTURAL DE LAS ARTESANÍAS EN EL CANTÓN PUJILÍ.

2.1. Conceptualización y uso de las artesanías

2.1.1. Cultura

“La cultura está compuesta por el conjunto de leyes o ideas que forman la base del comportamiento adquirido, de las creencias, de las actitudes, de los valores y de los objetos materiales que constituyen la manera de vivir” (Crespi & Planells, 2003)⁴.

Tomado como base la definición citada, es necesario indicar que cultura es el elemento esencial de una sociedad, por cuanto se conjugan acciones, creencias e idiosincrasia; sin antes continuar es necesario plantar una diferencia entre la cultura material e inmaterial, que de acuerdo a (Crespi & Planells, 2003) menciona que “la cultura material hace referencia a los objetos que elaboran los miembros de una sociedad y la cultura inmaterial se refiere a la parte intangible como son las ideas, valores, percepciones que crean los miembros de una sociedad”.

2.1.2. Artesanías

En la siguiente publicación *Artesanías de América*, (Lauer, M. 1989, p. 78), menciona que “las artesanías son aquellos productos elaborados total o parcialmente a mano y que están confeccionados con materias primas e insumos nacionales o locales y que por lo general incorporan diseños inspirados en factores culturales y regionales”.

Por su parte (Díaz, J. H., & Zafra, G. 2005) menciona que “la artesanía es una creación en la que interviene únicamente la fuerza manual del hombre, destinada a la obtención de un objeto que va a cumplir una función utilitaria en la vida cotidiana”.

⁴ Montserrat Crespi Vallbona, catedrática de la Universidad de Barcelona, Facultad de Economía y Empresas.

a) Tipos de Artesanías

Para Quiroz, F. (2008), las artesanías pueden clasificarse de la siguiente manera:

Cuadro N° 2.1 Tipos de Artesanías

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

Fuente: (Sandoval, 1985)

2.1.3. Taller artesanal

“Un taller artesanal es un centro de producción que atesora una serie de características que le diferencian cualitativamente de otro lugar donde se pueda fabricar cualquier otro objeto.” (Grupo Tallería Cristal, 2012).

2.2. Trascendencia de las Artesanías

En el cantón Pujilí, se han desarrollado por décadas un sinnúmero de artesanías, logrando en ciertos casos pasar fronteras nacionales e internacionales, desarrollándose con aquello un dinamismo socio-económico en el cantón y en la provincia; por esta razón a continuación se analiza la trascendencia: económica, social, antropológica e histórica de cada una de la tipología de artesanías que se realiza en el cantón Pujilí, específicamente en las zonas de estudio, para lo cual se presenta el resultado de las entrevistas realizadas a los artesanos:

2.2.1. Alfarería y Cerámica

La Cerámica utilitaria de Pujilí está representada por los trabajos que se realizan en la parroquia La Victoria principalmente, y en la cabecera cantonal, por aquello (Sevilla Olmos M. Á., 2014) define que “la cerámica son todos aquellos objetos elaborados a base de arcilla, caolín, feldespatos, carbonatos, mismos que son dosificados o formulados y que ayudan a dar la característica propia de objetos en cerámica”.

Cuadro N° 2.2 Trascendencia de las Artesanías en Cerámica

ALFARERÍA Y CERÁMICA	Económica	Antecedente	La producción artesanal en el cantón Pujilí, en relación a la dedicación laboral, representa el 5.5% de las industrias manufactureras.		
		Principales Mercados	<i>Internacional</i>	Entre los países de exportación están: Estados Unidos 18%, Suiza 10% y Reino Unido 9% (PROECUADOR, 2013)	
			<i>Nacional</i>	Entre las ciudades de principal demanda están: Latacunga, Quito, Ambato y Guayaquil	
		Competidores	“En Manabí, los cantones de Chone, Montecristi, Paján, Rocafuerte, existen 539 talleres que representan el 32.03% del universo de productores en barro; al igual que en los cantones de Guayaquil, La Libertad, Milagro, Zamborondón y Yaguachi de la provincia del Guayas” (PROECUADOR, 2013)		
		Comportamiento y Tendencias de Consumo	Las tendencias actuales de consumo es buscar productos que sean útiles, valorando las técnicas tradicionales utilizadas para su elaboración así como el diseño y la creatividad del artesano. Para los extranjeros se ha considera el tamaño de los objetos, siendo los más comercializados, los cuadros que varían en dimensiones entre los 10 cm hasta 25 cm, los cuales poseen un relieve que proyectan una mejor elaboración conjuntamente con terminados mucho más llamativos		
	Ingresos aproximados	El promedio del ingreso que puede tener un artesano por la venta de su arte oscila entre 210 a 380 dólares, esto depende de las festividades del cantón, y los feriados nacionales que se presenten en el año.			
	Social	Número de Talleres y/o Tiendas Artesanales	20 talleres y/o tiendas artesanales , ubicadas dentro de las zonas de estudio (La Matriz y La Victoria)		
		Población de artesanos	<i>Personal Calificado</i>	10 artesanos calificados en el Ministerio de Industrias y Productividad	
			<i>Personal Empírico</i>	54 personas (33 operario; 21 aprendiz)	
		Tiempo de Dedicación, Promedio-Diario	<i>Personal Calificado</i>	7 horas diarias	
	<i>Personal Empírico</i>		4 horas diarias (el tiempo restante lo dedican a la actividad agropecuaria)		
	Antropológica	Hoy en día la población de artesanos del cantón Pujilí se enfrenta a varios problemas en de igual manera lo sufren otras comunidades indígenas y rurales, que de acuerdo a la bibliografía consultada se caracteriza por un aumento de migración urbana de la generación de jóvenes, hay conflicto de tenencias y acceso a las tierras, hay una disminución de tierras hábiles, muchos de ellos viven en condiciones de pobreza, y su mayoría pertenecen al grupo de adulto mayor, a quienes sus hijos y nietos tienen poco interés y motivación económica para continuar con la producción artesanal en cerámica.			
	Histórica	Entre los hechos históricos que sobresalen sobre la realización de objetos en cerámica y menciona que tanto “en las parroquias: Matriz del cantón Pujilí y La Victoria, desde los aborígenes Panzaleos, se elaboraban objetos de barro, logrando con el pasar del tiempo tecnificar los procesos y procedimientos, es así que en el año 1996 llegó al barrio “El Tejar” la Misión Andina, donde técnicos rusos procuraron tecnificar o más bien mecanizar el trabajo artesanal por lo que conocieron y aprendieron el proceso de elaboración de productos en cerámica.			

Fuente: PRO ECUADOR, (2013). Análisis del Sector Artesanías. Instituto de Promoción de Exportaciones e Importaciones

Elaborado por: González Angélica (2015)

2.2.2. Pintura

El arte popular se relaciona de cerca al arte naif -del francés *naive*, que significa ingenuo-, llamado así por la espontaneidad y sencillez con que se plasman las obras artísticas.

Cuadro N° 2.3 Trascendencia de las Pintura de Tigua

PINTURAS DE TIGUA	Económica	Antecedente	La pintura de Tigua comienza a tener origen en la comunidad de Chimbacucho, en el año de 1970 con Julio Toaquiza Riofrío, el mismo que manifestó: "con el asesoramiento de Olga Fish ⁵ propietaria de un almacén de objetos artesanales en Quito, comencé a confeccionar tambores para ser vendidos, utilizando madera, cuero de borrego y para dar color tinta de plantas y anilinas de teñir ponchos" (2014).		
		Principales Mercados	Internacional	Mediante la Galería de Olga Fish, se exporta a: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania y Holanda. (Olmos, 2014)	
			Nacional	Las ciudades de mayor demanda son: Saquisilí, Latacunga, Quito, Cuenca y Guayaquil	
		Tendencias de Consumo	Observando las nuevas tendencias del mercado extranjero que por facilidad para el viaje los turistas buscaban objetos que no se desintegren y que a su vez sean livianos, diseñando separadores artesanales utilizando el cuero de oveja y las plumas de ganso, pato y gallinas.		
	Ingresos aproximados	El promedio del ingreso que puede tener un artesano por la venta de sus cuadros, tambores y separadores con el arte naif es de 300 dólares mensuales aproximadamente, dependiendo del tamaño y número de pinturas.			
	Social	Número de Talleres Artesanales	7 talleres y/o tiendas artesanales , ubicadas dentro de las zonas de estudio (La Matriz y La Victoria)		
		Población de artesanos	Procedencia	Los artesanos son adultos, jóvenes y niños de las comunidades de Tigua Chimbacucho, Chami, Quilotoa, Jatapungo, Casa Quemada y Quilotoa	
			Personal Calificado	5 artesanos calificados en el Ministerio de Industrias y Productividad	
			Personal Empírico	11 personas (3 operario; 8 aprendiz)	
		Tiempo de Dedicación, Promedio-Diario	Personal Calificado	8 horas diarias	
	Personal Empírico		5 horas diarias (el tiempo restante lo dedican a la actividad agropecuaria).		
	Antropológica	El arte popular de Tigua, "según la antropóloga Mary Weismantel, define tres zonas espaciales distintas; el plano frontal, donde la actividad humana tiene lugar; el área media, con casas, campos y senderos, y un nivel superior, con montañas, cielo y símbolos de la espiritualidad y la mitología indígena" (Dávila, 1991).			
	Histórica	De acuerdo a (Mayra Rivadeneira, 1990) menciona que el arte de Tigua, comenzó en los setenta; mientras que "Julio Toaquiza menciona que su primera pintura tiene una rúbrica que data de 1973" (Colvin & Toaquiza, 1994); sin embargo "Napoleón Albán, quien trabajo durante varios año con Olga Fish coloca la primera pintura en 1978, mientras el sobrino de Olga Fish, Gogo de Anhalzer, recuerda la fecha como 1973" (Albán, 2000.; Anhalzer, 2000).			

Elaborado por: González Angélica (2015)

⁵ Olga Fish, nació en Budapest, capital de Hungría, en enero de 1901; llega a Quito en 1938, y empieza su labor como profesora de la Escuela de Bellas Artes, lugar en el cual se relaciona con varias personas que le invitan a conocer más sobre las artes y artesanías de Ecuador, logrando recolectar piezas de la Sierra Ecuatoriana; fallece en 1958 en la ciudad de Quito.

2.2.3. Madera

“Las máscaras definen desde tiempos muy remotos las celebraciones populares: trascienden la identidad cotidiana para personificar la fiesta, y paradójicamente en su anonimato construye la identidad de los pueblos, expresan sus tradiciones, vivencias, alegrías e inquietudes.” (Máscaras del Ecuador, 2012).

Cuadro N° 2.4 Trascendencia de las Artesanías en Madera

MÁSCARAS DE MADERA	Económica	Antecedente	Alfredo Toaquiza, inicia la escultura en madera debido a la sugerencia de Olga Fish quien solicitó por el año de 1980 se confeccione máscaras ya que les atraía mucho a los turistas” (2013).		
		Principales Mercados	Internacional	Mediante la Galería de Olga Fish, se exporta a: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania y Holanda. (Olmos, 2014)	
			Nacional	Las ciudades de mayor demanda son: Quito, Cuenca y Guayaquil	
		Tendencias de Consumo	Las tendencias de compra son máscaras de madera que representan a lobos, perros, conejos, y que su tamaño permita llevar a cualquier sitio..		
		Ingresos aproximados	El promedio del ingreso que puede tener un artesano por la venta total al mes de sus máscaras en madera oscila entre de 120 a 300 dólares, dependiendo de las temporadas de turismo		
	Social	Tiendas Artesanales	7 talleres y/o tiendas artesanales , ubicadas dentro de las zonas de estudio (La Matriz y La Victoria)		
		Población de artesanos	Personal Calificado	5 artesanos calificados en el Ministerio de Industrias y Productividad	
			Personal Empírico	11 personas (2 operario; 9 aprendiz)	
		Tiempo de Dedicación, Promedio-Diario	Personal Calificado	3 horas diarias	
	Personal Empírico		3 horas diarias (el tiempo restante lo dedican a actividades: agrícola o ganadera		
Antropológica	En las entrevistas realizadas a los artesanos de Tigua el Sr. Francisco Ugshamencionó que el diseño de animales en las máscaras de madera dependen de los gustos del turista; contrario a (Naranjo, 1996) quien menciona que el diseño de las máscaras, tienen formas de animales como: tigres, osos, perros, zorros, y lobos por cuanto representan inteligencia y velocidad; y los carneros por su fortaleza y ternura, éstas son cualidades que los motivan a seguir elaborando éstos productos con la finalidad de ir transmitiendo estos conocimientos.				
Histórica	"desde el inicio de la historia, las tribus han bailado y celebrado mientras usan mascarar que representan dioses, espíritus y ancestros muertos. Las máscaras son una parte integral de la representación de una cultura" (Wolf, 2010); en ciertos lugares de la provincia existen sitios donde se dedican al tallado y escultura de varias imágenes, uno de ellos es en la parroquia de Zumbahua específicamente en la comunidad de Tigua Chimbacucho donde nació el tallado de las conocidas máscaras de madera con el artesano que inicio con la pintura de los cuadros, Julio Toaquiza; sin embargo				

Elaborado por: González, Angélica (2015)

2.2.4. Jergas de Algodón y Lana de Alpaca

Las jergas de algodón, son tejidos convencionales que representa a un pueblo o nacionalidad, y para el caso del cantón Pujilí, tiene la siguiente trascendencia:

Cuadro N° 2.5 Trascendencia de las Jergas de Algodón y Artesanías en Lanas de Alpaca

JERGAS DE ALGODÓN Y LANA	Económica	Antecedente	La producción artesanal en el cantón Pujilí, en relación a la dedicación laboral, representa el 5.5% de las industrias manufactureras.		
		Principales Mercados	La demanda que adquiere estos productos son: los pobladores de Pujilí, Latacunga, Quito y Ambato.		
		Competidores	Locales	Productos en lana de alpaca se realizan en los cantones de: Saquisilí y Latacunga, identificándose aproximadamente 6 tiendas artesanales entre estos dos cantones.	
			Nacionales	Las siguientes provincias se consideran competidores: Tungurahua, en los cantones de Pelileo y Cevallos; Bolívar, en el cantón Guaranda, parroquia Salinas Chimborazo en los cantones de Riobamba y Guano; y en Imbabura en los cantones de Otavalo, Atuntaqui y Cotacachi	
		Tendencias de Consumo	Las tendencias actuales de consumo es buscar prendas que sean útiles, valorando el diseño y la creatividad del artesano, como: chalinas, bufandas, sacos, guantes; para ello utilizan los hilos procesados el algodón y lana de alpaca		
		Ingresos aproximados	El promedio del ingreso que puede tener un artesano por la venta total al mes de las jergas de algodón y la lana de alpaca va de 250 a 380 dólares.		
	Social	Tiendas Artesanales	2 tiendas artesanales, ubicadas en la parroquia de Zumbahua.		
		Población de artesanos	Personal Calificado	8 artesanos calificados en el Ministerio de Industrias y Productividad	
			Personal Empírico	25 personas (16 operario; 9 aprendiz)	
		Tiempo de Dedicación, Promedio-Diario	Personal Calificado	7 horas diarias	
Personal Empírico	4 horas diarias (el tiempo restante lo dedican a actividades: agrícola o ganadera)				
Antropológica	La producción de las jergas de algodón se realiza en la parroquia rural Guaytacama del cantón Latacunga; y lana de alpaca lo realizan el 100% de las mujeres de la parroquia de Zumbahua, identificándose que desde niñas aprenden esta labor artesanal que trasciende de generación en generación, y son las madres de familia quienes se encargan de esta tarea, al igual que venderlas en la Galería Artesanal de Zumbahua, sitio en el cual se exponen todos los trabajos.				
Histórica	En la provincia de Cotopaxi existieron varios asentamientos y con ello la construcción de los obrajes los mismos que servían como grandes talleres artesanales que tenían el fin de producir los tejidos para que las personas puedan pagar sus tributos; así empieza la actividad textilera en la provincia y en el país en general. Según datos revelados por habitantes del sector se presume que esta tradición existe alrededor de 500 años y se ha venido conservando de generación en generación, a pesar de que actualmente no todos los habitantes se dedican a esta actividad.				

Fuente: (PROECUADOR, 2013)

Elaborado por: González, Angélica (2015)

2.3. Descripción de los procesos en la elaboración de artesanías

2.3.1. Procesos de la Alfarería Tradicional

1. El proceso inicia al amanecer, con la extracción del barro café, el cual se encuentra en forma de roca en el sector el Tingo y Collas, sitio ubicado a 3 km. al sur-oeste del cantón Pujilí, y que a su vez es trasladado en costales.
2. Se descarga, y se coloca sobre las esteras en el suelo del taller, para ser golpeado con grandes mazos⁶, hasta que la roca del material sea el apropiado.
3. Después, se debe proceder a la técnica del desgrasante, el cual consiste en cernir el barro en grandes cedazos, obteniendo un material fino y óptimo para el trabajo.
4. Enseguida debe mezclarse el barro, con agua, arcilla y frita (elemento que reemplaza al plomo) para obtener una plasticidad; además emplearse anilina y pintura.
5. Posterior, se aplica la técnica del moldeado, es decir; el material mezclado se ubica en los moldes de yeso.
6. Dependiendo del tamaño de la figura y el clima, se debe esperar el secado entre dos a cuatro días.
7. Una vez extraída la figura, se debe pulir.
8. Nuevamente se ubica la figura contra el sol, logrando un secado efectivo.
9. Una vez seca la figura, se lleva al horno, que para su combustión se quema: leña, aserrín, paja, viruta y ramas, encendido y avivado con gasolina.
10. Una vez que hayan pasado dos o tres horas, y la figura este totalmente cocida, se deja enfriar y se procede a sacar del horno.
11. Finalmente la figura es pintada y decoradas, utilizando caolín y purpurina (Olmos, Artesanías de Cerámica y Pintura, 2014)
12. Es importante indicar que ciertos artesanos se dedican a la elaboración del bizcocho o colorado, es decir el artículo sin ningún tipo de pintura o decoración, lo cual entregan a otros artesanos quienes se encargan de

⁶ El mazo es una herramienta de mano que sirve para golpear o percutir objetos. Tiene la misma forma de un martillo pero es de mayor tamaño y peso.

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

Cuadro N° 2.6 Procesos de trabajo de la Alfarería



Archivo fotográfico: González, Angélica (enero, 2015)

2.3.2. Máscaras de Madera

1. Las máscaras de Tigua son hechas de varios tipos de árboles (pino, laurel), son creadas de piezas de troncos cortados en longitudes de 30 cm.
2. La madera es trabajada mediante el empleo de ciertas herramientas como el formón, dos o tres tamaños de gubia⁷ y un mazo (Naranjo, 1996), permitiendo obtener figuras de tamaño aproximadamente 35 centímetros de alto por 25 centímetros de ancho.
3. Después son talladas dándole un estilo zoomorfo, es decir forma de: perros, venados, diablos, leones, tigres, osos.
4. Cada una de las máscaras tiene un agujero en cada ojo y muestras de dientes, colmillos y lengua en animales cuyo hocico es prominente. (Gallo de Fernández, Hilda. 1976)
5. Si las figuras tienen orejas, estas deben tallarse por separado, y posterior ser pegadas con pegamento casero sobre la máscara.
6. Después de haber sido tallada, se procede a lijarla
7. Enseguida se aplica el pegamento casero (cola de carpintero, el cual es preparado a fuego lento) sobre toda la madera
8. Después se deja secar al aire libre.
9. Finalmente se aplica la técnica de ebanistería y se procede a pintar las máscaras con pinturas de esmalte (Toaquiza, 2013) en lo cual se añade detalles como facciones, cejas y bigotes en colores que contrasten como el blanco, rojo y negro.

⁷ La gubia es un instrumento de carpintería similar al formón, constituida por una hoja de acero y un mango que la conecta a la mano, actúan linealmente sobre la madera y ayuda a dar formas.

Cuadro N° 2.7 Procesos de las Máscaras de Madera



Archivo fotográfico: González, Angélica (enero, 2015)

2.3.3. Pinturas de Tigua

“Los pintores de Tigua son campesinos que viven en pequeñas comunidades dispersas en los profundos valles y empinadas laderas de las montañas, rodeados por un paisaje dominado por el páramo, los nevados de los Ilinizas y el volcán Cotopaxi”. (Muratorio, 1999). El proceso de su arte es:

1. Se adquiere las maderas en tiras, las cuales se cepillan; después se proceden a clavar con pequeños clavos, formando un marco de tamaño entre 15 cm por 20 cm, obteniendo el bastidor de la pintura
2. El cuero de borrego es adquirido en el mercado de Zumbahua los días sábados o en las ferias de Saquisilí, Pujilí y Latacunga.
3. La piel de oveja es preparada al sumergirla en agua mezclada con ceniza y orina durante una semana (la orina acelera el proceso, de manera que la lana es más fácil de remover)
4. y la piel es lavada con jabón y se deja secar al sol; la piel es entonces, frotada con cementina, un polvo abrasivo o lija para remover cualquier remanente, y lavada de nuevo para eliminar cualquier olor.
5. Por último todavía mojada, es estirada y fijada sobre el marco, utilizando clavos o tachuelas la mayoría usa el lado interior de la piel para pintar (Toaquiza, A. 1996),

6. Después de ser clavado debe quedar templado y sin ninguna aspereza, para ponerlo bajo sombra, y así lograr un secado efectivo.
7. Cuando se inicia una pintura, el artista cubre completamente el lienzo con un color de fondo, usualmente blanco o azul claro, entonces dibuja el contorno de las figuras en negro con una brocha muy fina. (Calvin, 2004).
8. Finalmente, se procede a transmitir la ideología del pintor, permitiendo mostrar la vivencia del pueblo kichwa, para aquello se utilizan pinceles, los cuales son elaborados por los propios pintores (el cuerpo del pincel es de pequeños carrizos y las cerdas son de los cabellos de los niños de Tigua) además “se utilizan pinturas acrílicas y óleo con colores primarios, para dar forma a los diferentes temas y paisajes”. (Toaquiza Ugsha, 1993)

Cuadro N° 2.8 Procesos de las Pinturas de Tigua



Archivo fotográfico: González, Angélica (enero, 2015)

2.3.4. Jergas de Lana

La elaboración de las jergas cuenta con el siguiente proceso:

1. Compra del algodón ya hilado por madejas en el sector de Tilipulo, debido a que en este lugar las mujeres se dedican a la labor de la hilandería de algodón y lana de alpaca.
2. En los que se refiere al algodón como sirve para la elaboración de las jergas⁸ en el sector de Ciucuno, se adquiere el algodón por kilos o quintales en la ciudad de Quito, con la ayuda de un objeto artesanal denominado pushcana⁹ específico par la actividad, se hila una madeja que tiene un peso aproximado de un kilo. En lo que respecta a la lana de alpaca se adquiere en el sector de Planchaloma perteneciente al cantón de Latacunga, para ser hilada esta lana primero se extrae impurezas y con la ayuda de agujeros y crochet o agujetas se elaboran guantes gorras, chales, chalecos, bufandas (Pichucho, 2013).
3. Para darles el color a los hilos, los artesanos de Cuicuno utilizan tintes naturales con la cocción de plantas y con un vegetal preparado que se le dosifica de acuerdo a la intensidad del color que se desee, es así que utilizando hojas de capulí se obtiene el color verde intenso, con el laurel se obtiene el color café, con el helecho denominado gusanillo se trabaja el color rosado y con la chilca se obtiene el color verde claro
4. Después se debe enrollar las hebras de algodón en pequeños tubos de carrizo.
5. Enseguida debe prepararse el telar manual, el cual es de madera en su totalidad, y debe colocarse tanto en el telar de algodón como de los hilos procesados, alrededor de 220 hebras y que es utilizado mediante el impulso de los pies a través de los pedales.

⁸ La jerga es un tejido de trama abierta de algodón de 50 cm de ancho, formado de 220 hebras, es de color beige con bandas bordadas de colores azul y negro, toma ese nombre porque hace muchos años se comenzó a utilizar en la Costa como montura de caballo o de mular.

⁹ La pushcana objeto artesanal que está formada por un tortero (tapa plástica), un sigse y la materia prima (algodón o lana), que facilita el hilado manual.

Cuadro N° 2.9 Procesos de las Jergas de Algodón



Archivo fotográfico: González, Angélica (enero, 2015)

2.4. Técnicas Ancestrales en la elaboración de artesanías

Entre las técnicas ancestrales en el trabajo que los pobladores del cantón Pujilí utilizan conforme a su dedicación en artesanías son:

a) Alfarería

- La quema del cielo abierto y el vidriado, “que de acuerdo con sus creencias, cada pieza es portadora de tres almas Nunghuí, Ahuashca Huarmi y Huasimanda Ayatian” (PROECUADOR, 2013) .
- “Los golpeadores o huactanas de barro cónico, técnica empleada por los cañarís el cual consiste en golpear el barro” (Olmos, 2012), hasta obtener un material más fino.
- Para las figuras se utiliza la técnica de moldeado, especialmente en la parroquia La Victoria, en los barrios: El Tejar y el Calvario, consiste en dar forma a la figura con la ayuda de las manos.
- Otra técnica de producción es el tallado que se aplica cuando el objeto se está secando dando las formas que se desea incluso se utiliza palillos.

- Y una última técnica específica utilizada por los artesanos más antiguos de la zona es la denominada torneado que identifica a la alfarería de la parroquia La Victoria, a través de la utilización del torno que es un aparato mecánico a tracción humana con la ayuda de los pies, posee una superficie redonda y plana que gira sobre un eje central, sobre la que el alfarero tornea o forma la pieza a partir de una masa de barro o arcilla. (Sevilla Olmos M. , 2013)
- “Los artesanos para obtener productos más llamativos aplican la técnica del tallado, conocida como la técnica del estilo romano que consiste en la utilización y pegado de lienzos o nylon, dando formas y diseños conjuntamente con la aplicación de pinturas perladas o metalizadas”. (Sevilla Olmos M. , 2013)

b) Máscaras de Madera

En Tigua, las máscaras han sido parte integral de los festivales por cientos de años, y las formas que tienen son de animales entre sus favoritas están: perros, lobos o monos; las técnicas que se emplean son: el moldeado, utilizando una azuela, el tallado, en la cual mediante el uso de un cincel le permite dar forma a la madera; posterior se han implementado otras técnicas de ebanistería, las cuales ha permitido mejor el acabado de la artesanía, es decir ahora se utiliza el suavizado, utilizando una lima y una lija; finalmente para su acabado el artista designa el diseño y pinta los finos detalles o las áreas difíciles, mientras que la esposa y los hijos aplican la pintura en las áreas grandes, reflejándose y corroborando lo que se enuncia en la (Prensa Escrita El Hoy, 1994) “la técnica de Tigua es indígena, no tiene una formación académica, pinta lo que miran en los paisajes de diferentes lugares.

c) Pinturas de Tigua

“Como resultado de la vida forjada en medio del intercambio entre varias culturas: Panzaleo, Inca, Española surgen comunidades híbridas¹⁰ como son los ancestros pintores de Tigua” (Ivers, 2008).

¹⁰ Se dice de todo lo que es producto de elementos de distinta naturaleza.

Los colores y tipos de pintura utilizados en el arte de Tigua también han evolucionado con los años. “Los primeros artistas utilizaban tonos naturales de la tierra y colores puros creados de pigmentos de plantas; en un corto tiempo comenzaron a experimentar con pinturas caseras así como con pigmentos de anilina, especialmente para colores como el violeta” (Ivers, M. 2008). Para los años 80 los colores más intensos y saturados de la pintura esmalte entraron en un gran uso azul brillante, rosado, naranja y verde esmeralda.¹¹

El lienzo. La mayoría de los artistas de Tigua pintan en piel de oveja, las ovejas son sacrificadas, según el tamaño de oveja dependerá el tamaño del lienzo, no sobrepasan los 80cm. x 110cm. Típicamente una piel de oveja puede ser cortada en 5 piezas de 20 cm x 30 cm. En los primeros años las pieles eran preparadas al lavarlas en una mezcla de dos plantas locales: clavo y mortiño (Toaquiza, J. 2000).

d) Jergas de lana

Los artesanos que se dedican a tejer en un telar de pedal las jergas o telas gruesas de algodón, se considera a esta acción como una técnica ancestral; además se incluyen a los tejidos de lana de alpaca y borrego de algodón de chillo (hilo industrializado) que sirven para confeccionar chalinás, gorros, bufandas y guantes.

2.5. Concepción de la labor artesanal

La concepción de la labor artesanal en el cantón Pujilí, de acuerdo a (Colvin, 2004) menciona que “el arte tradicional o arte nativo de Tigua es más que una representación de cultura y creencias indígenas, y por ende es necesario entender la cosmovisión indígena (sistema de creencias o visión del mundo) y el simbolismo para apreciar mejor el arte”.

Así también se debe analizar la concepción de los productores y los consumidores en relación a la labor artesanal.

¹¹Las pinturas incluidas en una exhibición del Olga Fish de las Costumbres del Corpus Cristi indican que fueron hechas con pintura de esmalte (Muratorio. R.,1981)

2.5.1. Concepción del Productor

Considerando el objetivo principal de la Asociación de Artesanos y Operarios – La Victoria se menciona que el objetivo principal es preservar¹² la cultura artesanal de su parroquia, mediante su labor diaria (GAD Parroquia La Victoria, 2012)

Por otra parte, conforme a las entrevistas realizadas en cada una de las zonas de estudio se identificaron los siguientes comentarios de los artesanos: en la parroquia La Victoria: Manuel Buenaventura Tigmasa - Presidente de la Asociación de ceramistas, Alfonso Chicaiza, Segundo Zumba y Jorge Olmos miembros de la Asociación antes mencionada describen con gran sentir de tristeza y nostalgia, que la labor artesanal en la producción de cerámica y barro, es desvalorizada por jóvenes y niños de la localidad, por cuanto su involucramiento en esta actividad es mínima, debido a que el trabajo requiere de un gran esfuerzo físico y dedicación, y que lastimosamente su remuneración no es la idónea, además que se ven influenciados por las exigencias laborales que en todo lugar exigen, y por ende los jóvenes se dedican a estudiar y/o prepararse en otras actividades que les permita ganar más dinero.

Mientras que en la zona de estudio de Zumbahua, los artesanos: Alfredo Toaquiza y Francisco Ugsha, manifiestan que primeramente “la visión de las pinturas de Tigua como arte primitivo, aborigen o naive¹³ no solo es una representación de las cualidades artísticas de las pinturas, sino también de la cultura y de la creatividad individual de los hombres y mujeres que las realizan”. (Muratorio, 1999); así también indican que existe una problemática latente, se trata del desconocimiento y en consecuencia de la desvalorización de arte de Tigua por parte de los mismo habitantes, por cuanto ellos se han involucrado principalmente a la actividad de la agricultura, y su desconocimiento sobre los procesos que lleva el arte naif y la elaboración de las máscaras de madera ha provocado una desvalorización de esta labor, además que "las influencias de la

¹² Preservar es proteger o resguardar a alguien o a algo, con el objetivo de evitar un eventual perjuicio o deterioro

¹³ Expresar la inocencia y credulidad, ingenuo, carencia de potencias desarrolladas.

tecnología ha ocasionado un mal uso del tiempo libre que tienen las personas; por otra parte en la prensa escrita (Prensa Escrita El Hoy, 1994) se menciona que: “los pintores primitivistas de Tigua, representan su paisaje solitario, sus costumbres y su folclor”; sin embargo, esta actividad está siendo afectada, debido a la desvalorizado por parte de los jóvenes, quienes migran a las ciudades de Latacunga, Ambato y Quito en búsqueda de mejorar su ingreso económico, personal y profesional.

2.5.2. Concepción del Consumidor

Las artesanías realizadas en cerámica y barro son muy apetecidas por los turistas locales y nacionales, que llegan a las galerías y tiendas artesanales ubicadas en la parroquia La Victoria y La Matriz del cantón Pujilí; además de las tiendas artesanales ubicadas en la ciudad de Latacunga y los mercados de Saquisilí y Guaytacama; esto se debe a la utilidad que demandan los objetos artesanales como: pundos, maseteros, floreros y adornos que se utilizan en la labor diaria; sin embargo, para tener un mejor nivel de compra por parte del turista extranjero, los artesanos han empezado a realizar cuadros representativos de los sitios culturales más importantes como: la Iglesia Catedral de Quito, Iglesia de San Francisco, Mujeres en el campo, gente labrando la tierra, hilando lana, pastando ovejas o llamas, y siempre incluyendo al volcán Cotopaxi o la Laguna del Quilotoa.

Para el caso de las pinturas de Tigua, se ha empezado a valorar este arte, después que la pintura de Vega titulada “Fiesta del 15 de octubre” ganó una mención honorífica especial de los jueces y ahora es parte de la colección del Museo de la Casa de la Cultura; sin embargo según el artesano Alfredo Toaquiza menciona que no son muy reconocidas a nivel nacional, sino más bien es valorada por los turistas extranjeros por cuanto son quienes más adquieren estas las pinturas, esto se debe a que según (Crow, T. 2002) “ciertos artistas han cambiado a lienzo estándar de tela, que pueden ser enrollados y embarcados con más facilidad”. La comercialización se realiza de manera directa en las Galerías ubicadas en la Comunidad de Tigua y Quilotoa de la parroquia Zumbahua.

A su vez, las jergas de algodón y prendas de lana de alpaca son adquiridas en la Galería de Artesanías ubicada en el sector de Jataló – Quilotoa, parroquia Zumbahua por los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la Laguna del Quilotoa y a la Comunidad de Shalalá.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Metodología de la Investigación de Mercado

Para el desarrollo del presente estudio se utilizó una investigación cuasi-experimental debido a que no es posible manipular las variables, por tanto los resultados de estudio son diferentes de acuerdo al muestreo aplicado.

3.1.1. Métodos de Investigación

- a. Inductivo – Deductivo, se observó las características homogéneas de los artesanos, turistas y pobladores de Pujilí.
- b. Analítico – Sintético, se empleó en la tabulación de datos, al igual que en el análisis e interpretación de resultados de las encuestas y entrevistas aplicadas.

3.1.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas aplicadas para la recolección de datos fueron las encuestas a: turistas y pobladores de cantón Pujilí; además de las entrevistas realizadas a los presidentes de las Asociaciones de Artesanos; mientras que los instrumentos empleados fueron los cuestionarios que se encuentran como anexos.

3.1.3. Determinación de la población de estudio

La población del estudio estuvo dirigida a tres grupos:

- a) **Artesanos (as) del cantón Pujilí**, que exclusivamente elaboran y comercializan *suvenires* o recuerdos para turistas nacionales o extranjeros, es decir, artesanías que representen la identidad cultural de generaciones pasadas y actuales que conservan dicho legado y que es considerado como parte de la actividad turística, para aquello se consideraron a los presidentes y/o representantes de las Asociaciones de Artesano por actividad

Cuadro N. 3.1. Representantes de las Asociaciones de Artesanías en el cantón Pujilí

N.-	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS	TIPO DE ARTESANÍA	NOMBRE DEL PRESIDENTE
1	Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos y Operarios Unión Artesanal Victoria UNAVI	Alfarería	Miguel Sevilla Olmos (Representante Encargado)
2	Asociación de Ceramistas dela Victoria	Cerámica	Manuel Buenaventura Tigmasa
3	Asociación Interprofesional de Maestros Artesanos del Cantón Pujilí.	Pintura	Germán Olmos (Representante Encargado)
4	Organización Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa.	Jergas de Algodón y Lana de Alpaca	Héctor Pastuña
5	Asociación de Artesanos Indígenas de Tigua.	Pintura y Madera	Alfredo Toaquiza

Fuente: (Ministerio de Industrias y Productividad, 2012)

Por tanto, se identifica que en el grupo de artesanos, la población y muestra es intencional.

b) Turistas Nacionales y Extranjeros

De acuerdo a los últimos datos emitidos por el Ministerio de Ambiente, sobre el ingreso de turistas que ingresan a la Reserva Ecológica Los Ilinizas en el año 2012 llegaron 8378 personas.

c) Población Económicamente Activa del cantón Pujilí

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) la población económicamente activa del cantón Pujilí es de 36433 personas.

3.1.4. Cálculo de la Muestra

Conforme al procedimiento y resultado de la aplicación de la fórmula para poblaciones finitas (Levin & Rubin, 2004), se obtuvo como muestra de estudio:

Turistas Extranjeros: 243 personas

Población económicamente activa del cantón Pujilí: 36433 personas

a) **Fórmula:**

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

Cuadro N. 3.2 Identificación de datos para la aplicación de la fórmula finita

n=	Tamaño de la muestra	Turistas	PEA cantón Pujilí
N=	Es el tamaño de la población	8378	36433
P=	Probabilidad de Éxito	0.80.	0.80
Q=	Probabilidad de Fracaso	0.20.	0.20
Z²=	Nivel de confianza con el que se trabajará 95%	1.96	1.96
e²=	El error que será del 5%,	0.05	0.05

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Cuadro N. 3.3 Procedimiento para el cálculo de la Muestra:

TURISTAS	PEA CANTÓN PUJILÍ
$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$	$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$
$n = \frac{3.84 * 8378 * 0.80 * 0.20}{0.0025 * (8378) + 3.84 * 0.80 * 0.20}$	$n = \frac{3.84 * 36433 * 0.80 * 0.20}{0.0025 * 36433 + 3.84 * 0.80 * 0.20}$
$n = \frac{5149.59}{21.5572}$	$n = \frac{22393.8}{91.694}$
$n = 238.88$	$n = 244.22$
$n = 239$	$n = 244$

Elaborado por: González, Angélica (2015)

3.1.5. Tipo de Muestreo

Para la población de turistas se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio estratificado, por cuanto los estratos de estudio son homogéneos; mientras que para la población económicamente activa del cantón Pujilí se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple, aplicando la “afijación proporcional, en donde la distribución se hace de acuerdo al tamaño de población en cada estrato. (Investigacion, 2014).

Para identificar el tamaño adecuado de cada estrato se utilizó la fórmula de (Málaga & Bioestadística)

a) Fórmula: Afijación Proporcional de la Muestra

$$n_h = n \frac{N_h}{N}$$

Cuadro N. 3.4 Identificación de datos para la afijación proporcional de la muestra

		ZONAS DE ESTUDIO			PARROQUIAS
		A (La Matriz)	B (La Victoria)	C (Zumbahua)	Angamarca Guangaje Pilaló Tingo
n_h =	Tamaño del estrato (PEA)	118	12	50	64
n =	Muestra	244	244	244	244
N_h =	Estrato (PEA de la parroquia)	17651	1689	7384	9609
N =	Población	36433	36433	36433	36433

Elaborado por: González, Angélica (2015)

b) Procedimiento para Turistas

$$n_1 = 244 \frac{17651}{36433}$$

$$n_1 = 118$$

c) Análisis: Con la aplicación de la fórmula se obtuvo el número de encuestas, las cuales se aplicaron en cada zona de estudio; logrando realizar un estudio de mercado efectivo; para aquello se aplicó en la zona A: 118; en la zona B: 12; en la zona C: 50, y en las parroquias de: Angamarca Guangaje Pilaló y el Tingo 64 encuestas respectivamente.

3.1.6. Diseño del instrumento de estudio

Los instrumentos de estudio son cuestionarios de encuestas dirigidos a:

Turistas que llegaron y visitaron el cantón Pujilí (Anexo 1)

Población Económicamente activa del cantón Pujilí (Anexo 2)

Así también se aplicó un cuestionario de entrevista a los presidentes de las asociaciones artesanales que se encuentran en el cantón Pujilí (Anexo 3)

3.2. Tabulación y Análisis de Datos

3.2.1. Análisis e Interpretación de Datos a Turistas

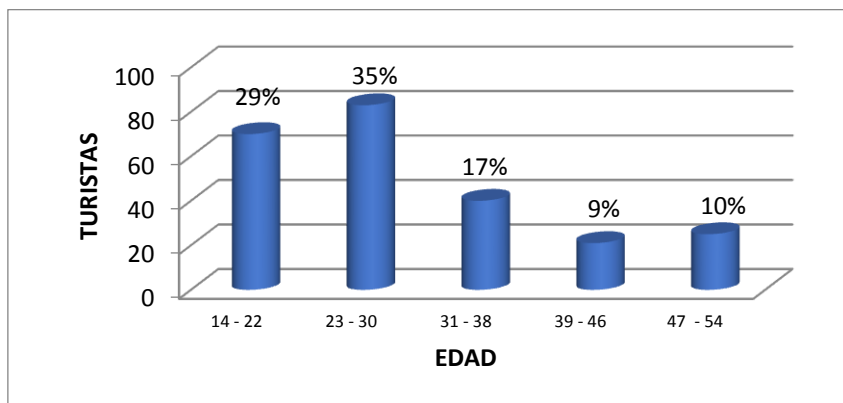
Datos informativos:

Tabla N. 3.1 Edad

Límite Real Inferior	Límite Real Superior	PUNTO MEDIO	TURISTAS	PORCENTAJE
14	22	18	70	29%
23	30	27	83	35%
31	38	35	40	17%
39	46	43	21	9%
47	54	51	25	10%
TOTAL			239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.1 Edad



Fuente: Tabla N. 3.1

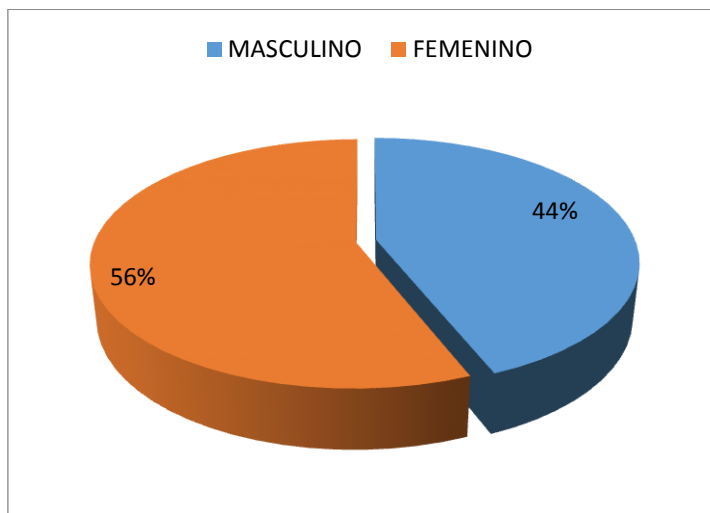
Análisis e Interpretación

De 239 turistas encuestados en las zonas turísticas de: La Matriz de Pujilí, La Victoria y el Quillota se identificó que el 35% tiene una edad entre 23 a 30 años, mientras que el 29% oscila entre 14 a 22 años; así también se identificó que el 17% tiene una edad entre 31 a 38 años y el 19% restante de los encuestados corresponden a la edad entre 39 a 54 años de edad. Esto permite identificar que el mercado meta al cual posterior debe dirigirse el estudio corresponden a las personas que oscilan entre 14 a 30 años de edad.

Tabla N. 3.2 Género

GENERO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MASCULINO	105	44%
FEMENINO	134	56%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.2 Género

Fuente: Tabla N. 3.2

Análisis e Interpretación

Entre los 239 turistas encuestados, se identificó que el género que predomina en la visita al cantón de Pujilí son las mujeres con un 56%, mientras que el género masculino se ve representados por el 44%; lo cual denota que las mujeres una vez más determinan el sitio de visita para los feriados y/o vacaciones.

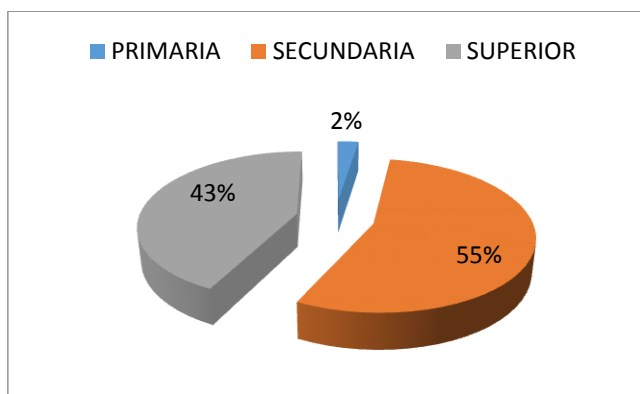
Nivel de instrucción:

Tabla N. 3.3 Nivel de instrucción

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	ENCUSTADOS	PORCENTAJE
PRIMARIA	6	3%
SECUNDARIA	131	55%
SUPERIOR	102	43%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.3 Nivel de instrucción



Fuente: Tabla N. 3.3

Análisis e Interpretación

El nivel de instrucción académica que tienen los turistas encuestados, se identificó que el 55% cuenta con la secundaria; el 43% tiene una carrera universitaria y el 2% únicamente tiene la educación básica; permitiendo identificarse que aquellas estrategias deberán estar enfocadas a los gustos y preferencias de aquellas personas que se encuentran o tienen la secundaria y/o el nivel universitario.

Cuestionario:

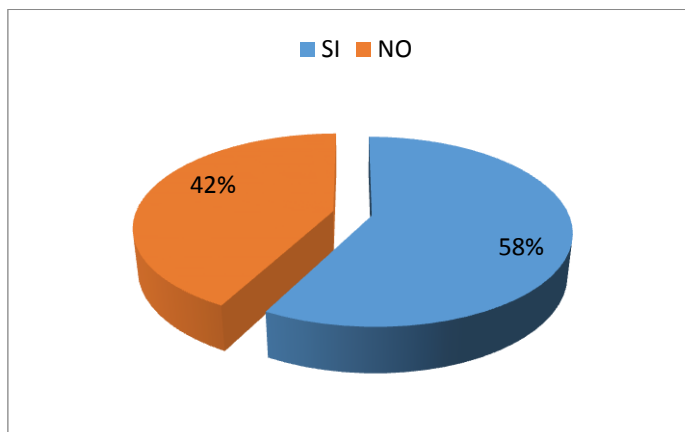
1. ¿Conoce usted la actividad artesanal que se produce en el cantón Pujilí?

Tabla N. 3.4. Pregunta N. 01

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	138	58%
NO	101	42%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N.3.4. Pregunta N. 01



Fuente: Tabla N. 3.4

Análisis e Interpretación

El resultado que presentan los turistas encuestados sobre el conocimiento de la actividad artesanal que se produce en el cantón Pujilí, se identifica que el 58% si conoce sobre las artesanías del cantón Pujilí; mientras que el 42% menciona que desconoce de esto, permitiendo identificar a su vez que la consecuencia del desconocimiento es la escasa promoción y publicidad sobre la variedad, historia e importancia de las artesanías que se producen en el cantón Pujilí.

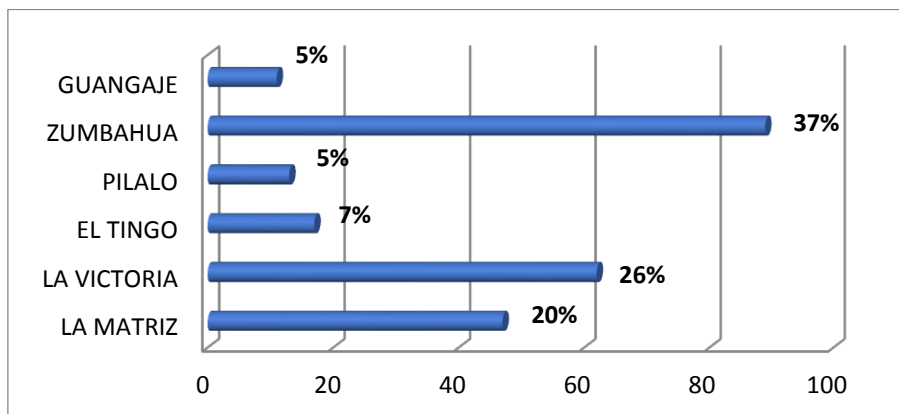
2. ¿En cuál de las siguientes parroquias usted ha adquirido algún producto artesanal?

Tabla N. 3.5. Pregunta N. 02

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
LA MATRIZ	47	20%
LA VICTORIA	62	26%
EL TINGO	17	7%
PILALO	13	5%
ZUMBAHUA	89	37%
GUANGAJE	11	5%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.5. Pregunta N. 02



Fuente: Tabla N. 3.5

Análisis e Interpretación

Entre los 239 turistas encuestados, el 37% mencionó que la parroquia en la cual adquirieron el mayor número de productos artesanales fue Zumbahua, seguida del 26% en La Victoria, continuando con el 20% en La Matriz de Pujilí; y el 17% en el resto en las parroquia (Guangaje, El Tingo y Pilaló). Sin duda esta pregunta permite aseverar que la zona de estudio está enfocada correctamente, por cuanto son las parroquias de: La Matriz, La Victoria y Zumbahua los sitios que mayor producción artesanal tiene en el cantón, y por tanto la propuesta del presente estudio debe impulsar el desarrollo sostenible en estas zonas.

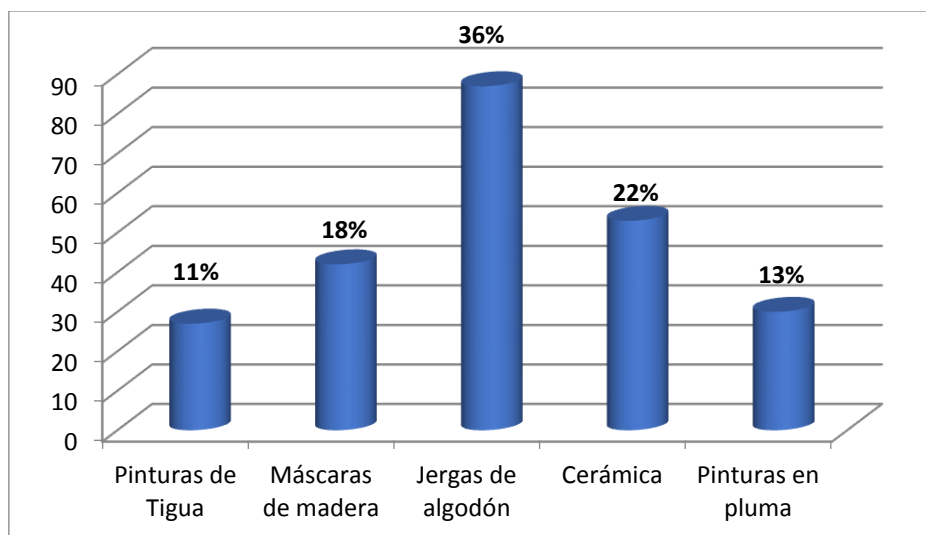
3. En alguna ocasión usted ha comprado alguno de estos artículos artesanales?

Tabla N. 3.6. Pregunta N. 03

RESPUESTA	ENCUSTADOS	PORCENTAJE
Pinturas de Tigua	27	11%
Máscaras de madera	42	18%
Jergas de algodón	87	36%
Cerámica	53	22%
Pinturas en pluma	30	13%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.6. Pregunta N. 03



Fuente: Tabla N. 3.6

Análisis e Interpretación

La compra que los turistas encuestados han realizado durante el tiempo del levantamiento de información corresponde: el 36% adquirió jergas de algodón (bufandas, guantes, chalinas, etc.); el 22% cerámica (pondos, bateas, masetas, etc.); el 18% máscaras de madera, el 13% pinturas sobre plumas y el 11% pinturas de Tigua. En base a las respuesta se este estudio, las jergas de algodón y los objetos de cerámica son las artesanías de mayor venta, permitiendo en un posterior avance del estudio canalizar estrategias de venta para potencializar estos artículos y mejorar el nivel de los menos vendidos.

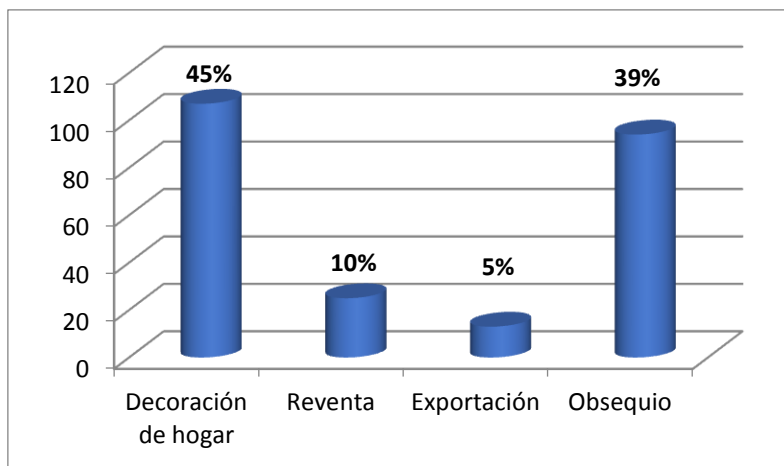
4. Con que fin ha comprado usted una artesanía

Tabla N. 3.7. Pregunta N. 04

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Decoración de hogar	107	45%
Reventa	25	10%
Exportación	13	5%
Obsequio	94	39%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.7. Pregunta N. 04



Fuente: Tabla N. 3.7

Análisis e Interpretación

La finalidad que tiene las artesanías, en base las respuestas de los 239 turistas encuestados, mencionó que el 45% compran para decoración de su hogar, el 39% para realizar obsequios a sus seres queridos, el 10% para revender estos objetos en otras ciudades y el 5% para enviar al extranjero.

En relación a los resultados, el propósito de venta y compra deben ir de la mano con las expectativas que tienen los turistas que llegan a las zonas de estudio, para potencializar sus ventas.

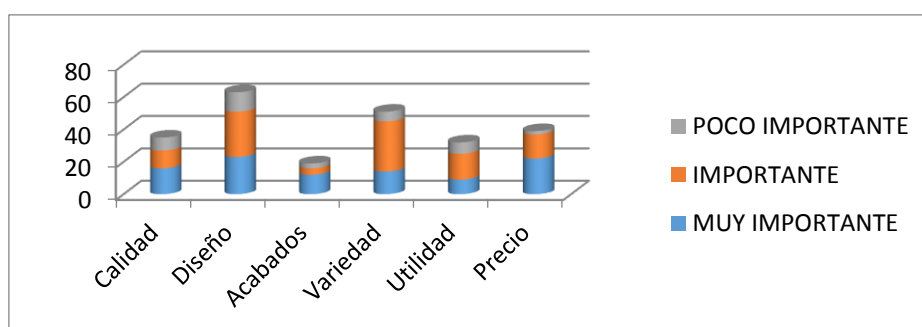
5. De las siguientes características de las artesanías, califique su importancia, siendo 3 muy importante, 2 importante, 1 poco importante

Tabla N. 3.8. Pregunta N. 05

INDICADORES	OPCIONES DE RESPUESTA					
	MUY IMPORTANTE		IMPORTANTE		POCO IMPORTANTE	
	TURISTAS	PORCENTAJE	TURISTAS	PORCENTAJE	TURISTAS	PORCENTAJE
Calidad	16	17%	11	10%	8	21%
Diseño	23	24%	28	27%	12	32%
Acabados	12	13%	4	4%	3	8%
Variedad	14	15%	31	30%	6	16%
Utilidad	9	9%	16	15%	7	18%
Precio	22	23%	15	14%	2	5%
SUBTOTAL	96	100%	105	100%	38	100%
TOTAL	239					

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.8. Pregunta N. 05



Fuente: Tabla N. 3.8

Análisis e Interpretación

Los resultados que presentaron los 239 turistas encuestados, en relación a la importancia en la calidad de las artesanías, 35 personas mencionaron que la calidad es muy importante representando al 17%, importante el 10% y poco importante el 21%; a su vez 63 personas calificaron al diseño de las artesanías como muy importante el 24%, importante el 27%, y poco importante el 32%; así también 19 personas indicaron que los acabados el 13% considera un factor muy importante; el 4% importante, y el 8% poco importante; además 51 personas dijeron que la variedad de objetos artesanales es muy importante el 15%, importante el 30% y poco importante el 16%; la utilidad de las artesanías también fue un factor calificado, para aquellos los turistas mencionan que el 9% es muy importante; el 15% importante y 18% poco importante; finalmente 39 turistas dijeron que el factor del precio es muy importante el 23%, importante el 14% y poco importante el 5%.

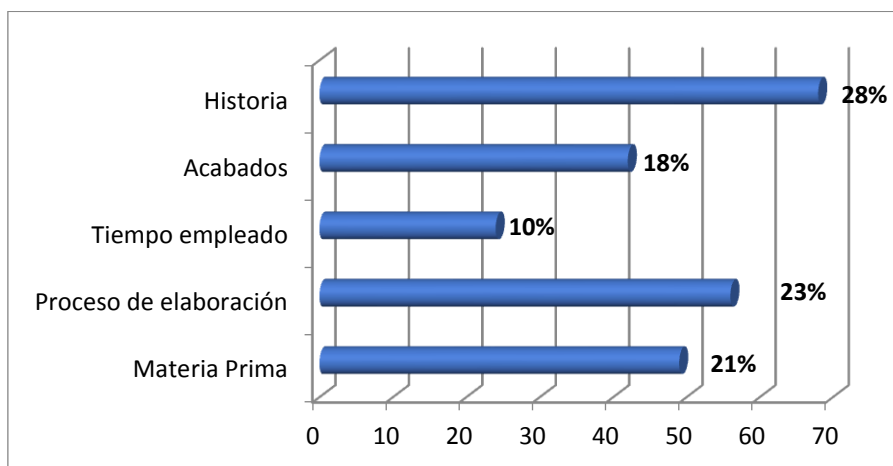
6. De las siguientes características, cual sería para usted lo más importante que debe trascender en la venta de la producción artesanal histórica-ancestral

Tabla N. 3.9. Pregunta N. 06

RESPUESTA	ENCUSTADOS	PORCENTAJE
Materia Prima	49	21%
Proceso de elaboración	56	23%
Tiempo empleado	24	10%
Acabados	42	18%
Historia	68	28%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.9. Pregunta N. 06



Fuente: Tabla N. 3.9

Análisis e Interpretación

De los turistas encuestados, indicaron que lo más importante que debe trascender en la venta de la producción artesanal es; la historia que conlleva cada una de las piezas artesanales el 28%; el proceso y dedicación que tiene cada artesano en la elaboración de cada artesanía el 23%; la materia prima con la que trabajan el 21%, los acabados el 18% y tiempo empleado el 10%. La comercialización de una artesanía debe trascender en la historia y en el tiempo, debido a que las técnicas, dedicación y conocimiento empleado en cada objeto artesanal es desconocido por el comprador, y por tanto debería incluirse en la venta el valor intangible que conllevan las artesanías de un pueblo legendario como es: Pujilí, La Victoria, Tigua y Zumbahua.

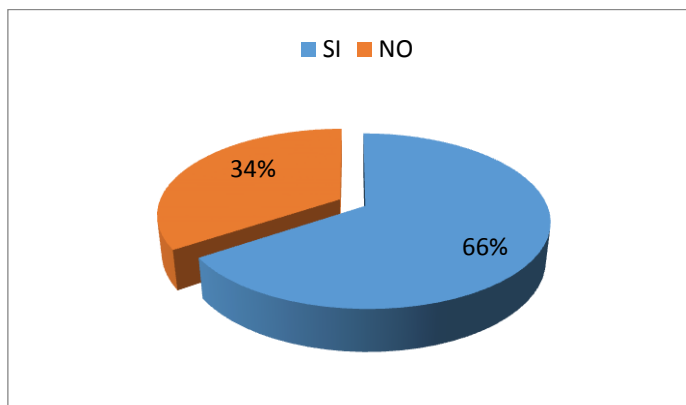
7. Cree usted que la labor artesanal tiene un precio monetario superior que aquellos objetos realizados por una maquina

Tabla N. 3.10. Pregunta N. 07

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	157	66%
NO	82	34%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.10 Pregunta N. 07



Fuente: Tabla N. 3.10

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestadas aplicadas a los 239 turistas, el 66% respondió que la labor artesanal tiene un precio monetario superior de aquellos objetos realizados por una maquina; mientras que el 34% menciona que las artesanías no tiene mayor valor monetario que aquellos objetos que fueron hechos en máquinas; sin embargo debe mencionarse que todo objeto realizado manualmente conlleva un valor monetario, histórico, social, cultural más valioso que aquellos objetos que fueron producidos de manera artificial.

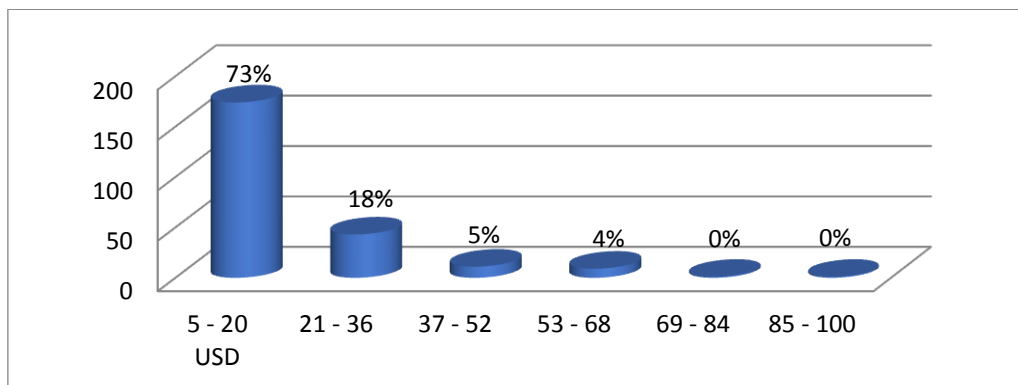
8. Conforme a los estudios realizados, se menciona que el trabajo artesanal del cantón Pujilí es histórico ancestral de gran importancia; Cuál cree usted que sería su gasto promedio para comprar algún artículo artesanal de este cantón ___USD_____

Tabla N. 3.11. Pregunta N. 08

Límite Real Inferior	Límite Real Superior	PUNTO MEDIO	TURISTAS	PORCENTAJE
5	20	13	174	73%
21	36	29	43	18%
37	52	45	11	5%
53	68	61	9	4%
69	84	77	1	0%
85	100	93	1	0%
TOTAL			239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.11. Pregunta N. 08



Fuente: Tabla N. 3.11

Análisis e Interpretación

Según los resultados de la encuesta realizada a los 239 turistas, el 73% mencionó que por el trabajo artesanal que compraron en el cantón Pujilí tuvieron un gasto promedio entre 5 a 20 dólares; el 18% gasto en artesanías entre 21 a 36 dólares; el 5% de encuestados empleó de 37 a 52 dólares; y el 4% utilizó entre 53 a 68 dólares.

En base a estos resultados, se identifica que priman aquellas artesanías que tiene un valor de hasta 20 dólares, y por tanto las estrategias de precio deben estar relacionadas al gasto promedio que tiene los turistas que visitan esta zona artesanal.

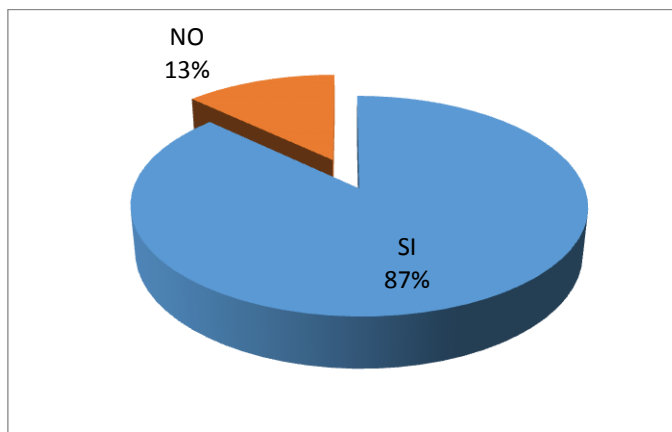
9. Le gustaría visitar los talleres artesanales y conocer acerca de las artesanías ancestrales elaboradas de forma tradicional

Tabla N. 3.12. Pregunta N. 09

RESPUESTA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
SI	208	87%
NO	31	13%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.12. Pregunta N. 09



Fuente: Tabla N. 3.12

Análisis e Interpretación

Según los resultados de los turistas encuestados, el 87% menciona que si le gustaría visitar los talleres artesanales y conocer acerca de las artesanías ancestrales elaboradas de forma tradicional; mientras que el 13% indicó que no se encuentra interesado; sin embargo en base a los resultados que mayor ponderan es importante buscar estrategias y actividades que involucren a los turistas y a los artesanos de las zonas de estudio (Pujilí, La Victoria y Zumbahua).

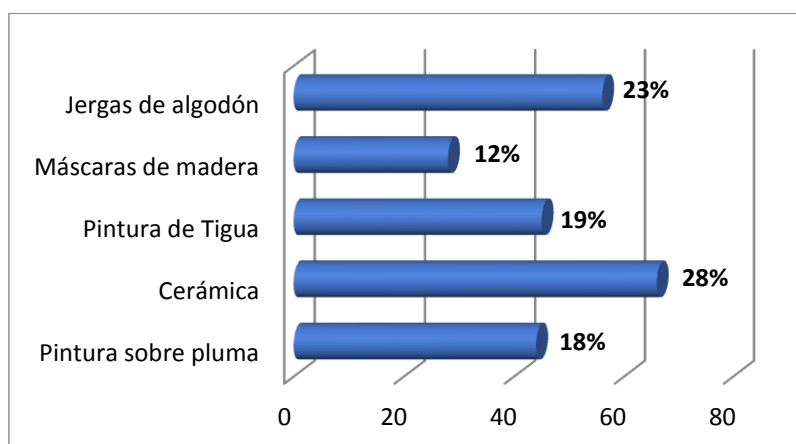
10. Cuál de los siguientes talleres artesanales le gustaría visitar para conocer el proceso de elaboración y técnicas ancestrales?

Tabla N. 3.13. Pregunta N. 10

RESPUESTA	ENCUSTADOS	PORCENTAJE
Pintura sobre pluma	44	18%
Cerámica	66	28%
Pintura de Tigua	45	19%
Máscaras de madera	28	12%
Jergas de algodón	56	23%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.13. Pregunta N. 10



Fuente: Tabla N. 3.13

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados de los 239 turistas encuestados; el porcentaje que mayormente se encuentra motivado en visitar los talleres artesanales es el 28% para conocer los proceso de elaboración y técnicas ancestrales en cerámica; seguido del 23% para conocer sobre las jergas de algodón; el 19% para las Pinturas de Tigua y el 12% para conocer más sobre la máscaras de madera.

En base a este antecedente, las estrategias de la propuesta deben enfocarse al fortalecimiento de la calidad de la oferta, y de esta manera proveer un momento de interacción entre artesanos y turistas.

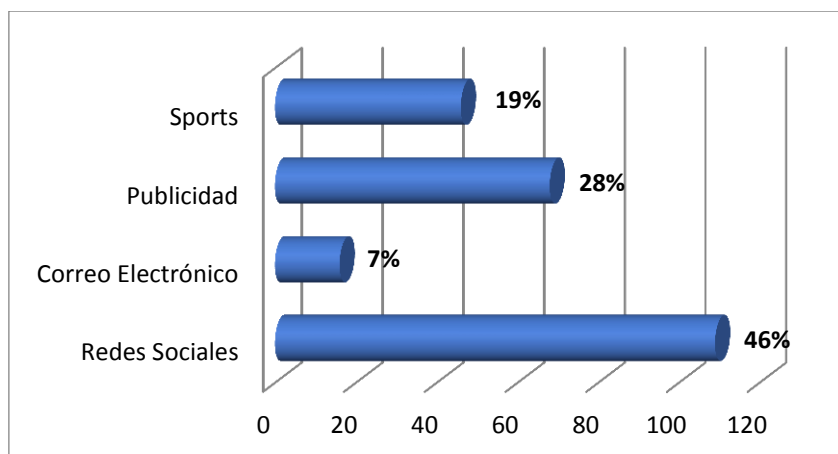
11. Porque medio de comunicación le gustaría recibir información técnica y promocional sobre las artesanías del cantón Pujilí

Tabla N. 3.14. Pregunta N. 11

RESPUESTA	ENCUSTADOS	PORCENTAJE
Redes Sociales	109	46%
Correo Electrónico	16	7%
Publicidad	68	28%
Spots	46	19%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los turistas

Gráfico N. 3.14. Pregunta N. 11



Fuente: Tabla N. 3.11

Análisis e Interpretación

Los medios de comunicación que mayormente utilizan los 239 turistas encuestados y por los cuales les gustaría recibir información técnica y promocional sobre las artesanías del cantón Pujilí, son las redes sociales el 46%; la publicidad escrita el 28%; los spots en radio y/o televisión el 19% y los correos electrónicos son utilizados por el 7% de los encuestados.

En base a los resultados planteados, se debe buscar estrategias de comunicación y publicidad efectivas para ser empleadas en las redes sociales.

3.2.2. Perfil del Consumidor de artesanías

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas, se ha identificado el comportamiento y las tendencias de consumo de las personas que adquieren artesanías con un valor histórico – cultural, es así como se refleja en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 3.5. Perfil del Consumidor de artesanías

VARIABLES	CARACTERÍSTICAS
Edad:	El 35% de encuestados oscila entre 23 a 30 años de edad.
Género:	Predominan las mujeres, representadas con un 56%.
Instrucción académica:	El 55% ha culminado la secundaria.
Origen	El principal emisor de turistas hacia Pujilí es Quito, seguido de Ambato. Mientras que del extranjero es Alemania y Francia
Estadía	El turista nacional permanece en Pujilí menos de 6 horas. El turista extranjero permanece más de uno a dos días.
Mercados Competidores	Por las características de su oferta siete cantones aledaños compiten con Pujilí.
Conocimiento de la actividad artesanal:	El 58% si conoce sobre las artesanías del cantón Pujilí.
Parroquia posicionada artesanalmente:	El 37% reconoce los productos artesanales de Zumbahua.
Productos artesanales de mayor consumo:	El 36% adquirió jergas de algodón (bufandas, guantes, chalinas, etc.); el 22% cerámica (pondos, bateas, masetas, etc.); el 18% máscaras de madera, el 13% pinturas sobre plumas y el 11% pinturas de Tigua.
Finalidad de las artesanías:	Más del 70% compran para decoración de su hogar o realizar obsequios.
Variables de compra:	El diseño, la calidad y utilidad son los indicadores que determinan la compra de una artesanía.
Valor cultural de las artesanías	El 72% indica que la historia, el proceso y técnicas de elaboración y la materia de prima son las variables que determinan la compra y venta de objetos artesanales.
Valor monetario	Los objetos artesanales de una localidad tienen un mayor valor a diferencia de aquellos objetos que han sido producidos por maquinas.
Gasto Promedio	De 5 a 20 dólares, representado por el 73% de los encuestados.
Servicios Complementarios	Al 87% de encuestados le gustaría visitar e interactuar en los talleres artesanales; siendo el de mayor demanda los de cerámica y jergas de algodón.
Recepción de la Publicidad Artesanal	El 46% prefiere obtener información a través de las redes sociales.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica

3.2.3. Análisis de Datos de la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

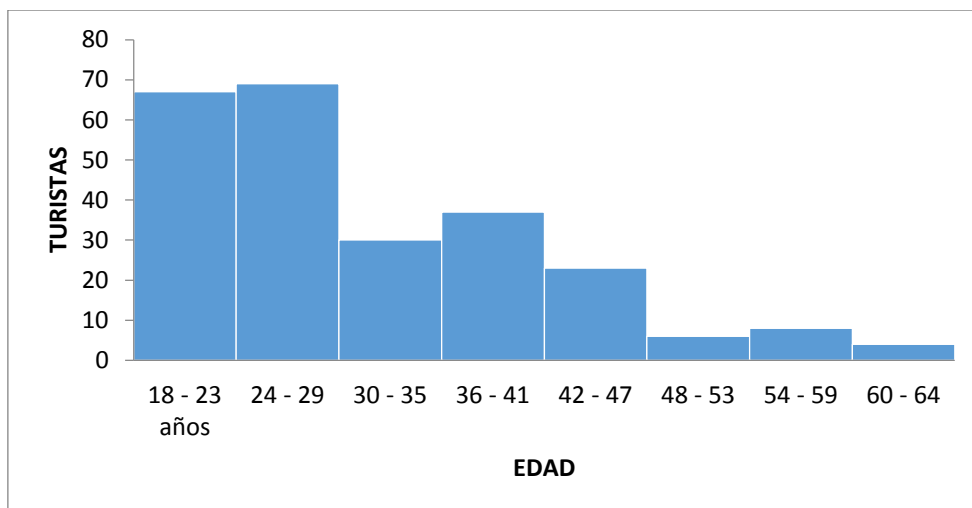
Datos informativos:

Tabla N. 3.15. Edad

Límite Real Inferior	Límite Real Superior	PUNTO MEDIO	TURISTAS	PORCENTAJE
18	23	21	67	27%
24	29	27	69	28%
30	35	33	30	12%
36	41	39	37	15%
42	47	45	23	9%
48	53	51	6	2%
54	59	57	8	3%
60	64[61	4	2%
TOTAL			244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.15. Edad



Fuente: Tabla N. 3.15

Análisis e Interpretación

Entre los 244 pobladores del cantón Pujilí que fueron encuestados, se identifica que el 28% de la población tiene la edad de 24 a 29 años; mientras que el 27% oscila entre 18 a 23 años de edad; y no se puede dejar a un lado a las personas que tienen de 36 a 41 años que representan al 15%; y en menor porcentaje están las personas de entre 30 a 35 años que representan el 12%, de 42 a 47 años el 9%, y finalmente de 48 a 64 años representan el 7% de la población encuestados..

De acuerdo a los resultados obtenidos, más del 50% de las personas que pertenecen a la población económicamente activa del cantón Pujilí tiene una edad entre 18 a 29 años de edad; por lo que a su vez las estrategias de vinculación, integración y trabajo deben estar enfocadas a sus características.

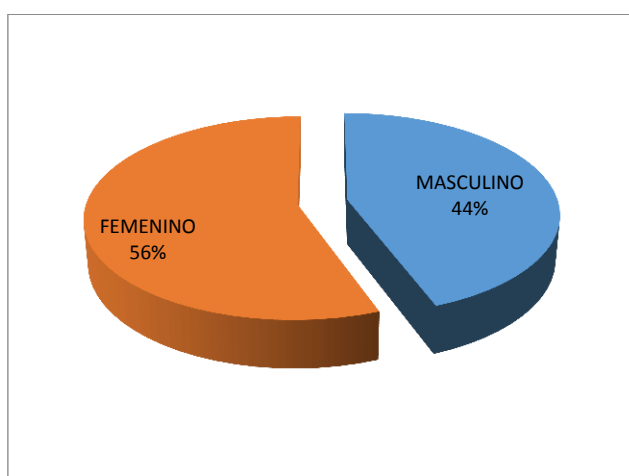
Género:

Tabla N. 3.16. Género

GENERO	RESPUESTAS	PORCENTAJE
MASCULINO	108	44%
FEMENINO	136	56%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.16. Género



Fuente: Tabla N. 3.16

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos, el 56% de 244 pobladores encuestados pertenece al género femenino; mientras que 44% al masculino.

Conforme a los resultados, el planteamiento de la propuesta estará enfocado con mayor atención a las mujeres y sus variables, por cuanto son las personas que mayor participación tiene en la actividad artesanal.

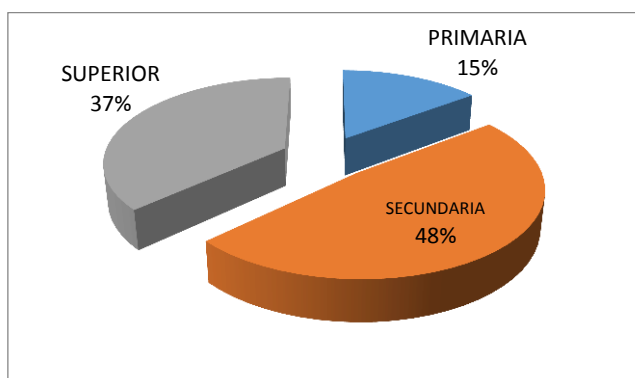
Nivel de instrucción:

Tabla N. 3.17. Nivel de instrucción

EDUCACIÓN	RESPUESTAS	PORCENTAJE
PRIMARIA	36	15%
SECUNDARIA	118	48%
SUPERIOR	90	37%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.17. Nivel de instrucción



Fuente: Tabla N. 3.17

Análisis e Interpretación

El nivel de instrucción académica de los 244 pobladores encuestados del cantón Pujilí se ve representado: el 48% cuenta con la secundaria; el 37% con la universidad; y el 15% únicamente con la primaria; estos resultados deben considerarse en todo momento, por cuanto influyen el direccionamiento de todas las acciones y estrategias a plantearse.

Cuestionario:

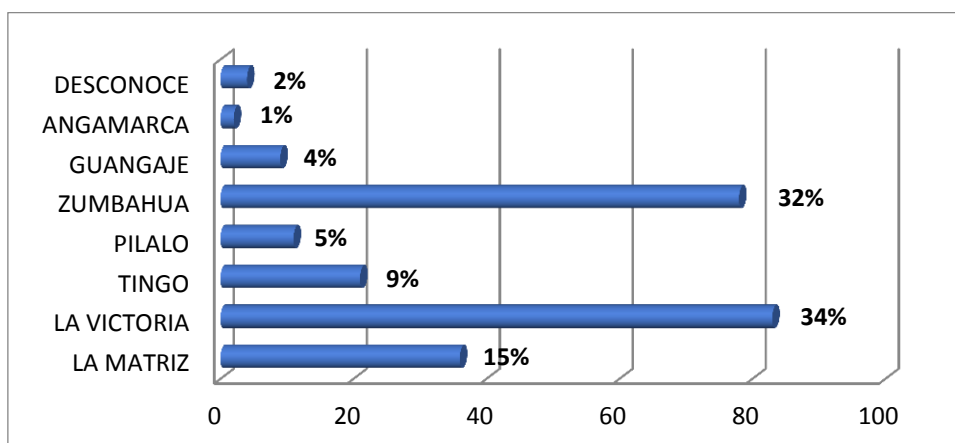
1. ¿En cuál de las siguientes parroquias usted conoce que se elaboran artesanías?

Tabla N. 3.18. Pregunta 1

RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
LA MATRIZ	36	15%
LA VICTORIA	83	34%
TINGO	21	9%
PILALO	11	5%
ZUMBAHUA	78	32%
GUANGAJE	9	4%
ANGAMARCA	2	1%
DESCONOCE	4	2%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.18. Pregunta 1



Fuente: Tabla N. 3.18

Análisis e Interpretación

De los 244 pujilences encuestados, el 34% mencionó que ellos conocen que en la parroquia la Victoria se elaboran artesanías; mientras que el 32% conoce a Zumbahua como sector artesanal; por otra parte el 15% de encuestados menciona a la cabecera cantonal de Pujilí (La Matriz), así también el 9% conoce de la parroquia El Tingo; el 5% Pilaló; el 4% de Guangaje, el 1% de Angamarca y el 2% menciona que desconoce de esta labor. Con estos resultados es importante identificar las variables para potencializar el conocimiento interno sobre la labor artesanal del cantón y sobre todo su importancia socio-cultural.

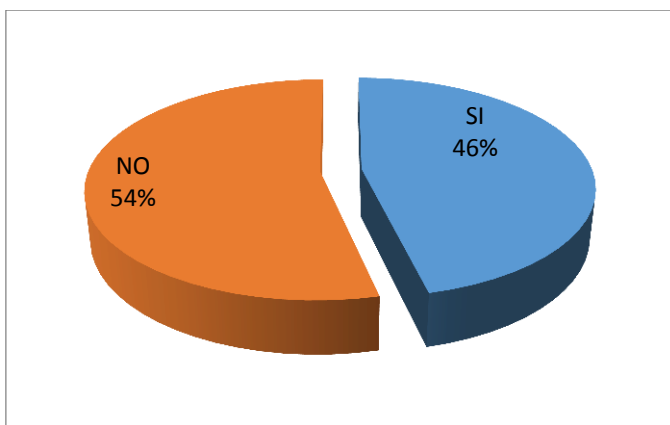
2. Conoce usted la historia que tienen las artesanías que se elaboran en el cantón Pujilí?

Tabla N. 3.19. Pregunta 2

RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	113	46%
NO	131	54%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.19. Pregunta 2



Fuente: Tabla N. 3.19

Análisis e Interpretación

De 244 pobladores encuestados, el 54% mencionó que desconoce sobre la historia que tienen las artesanías que se elaboran en el cantón Pujilí; mientras que el 46% indicó que sí conocen sobre su trascendencia e historia.

En base a estos resultados es importante identificar acciones que permitan empoderar a los pujilences a conocer más sobre su historia, y a su vez aprender sobre la trascendencia que tienen las artesanías que se realizan en su cantón, por cuanto el conocimiento permite dar paso a la valoración y como consecuencia a la conservación de este arte nativo.

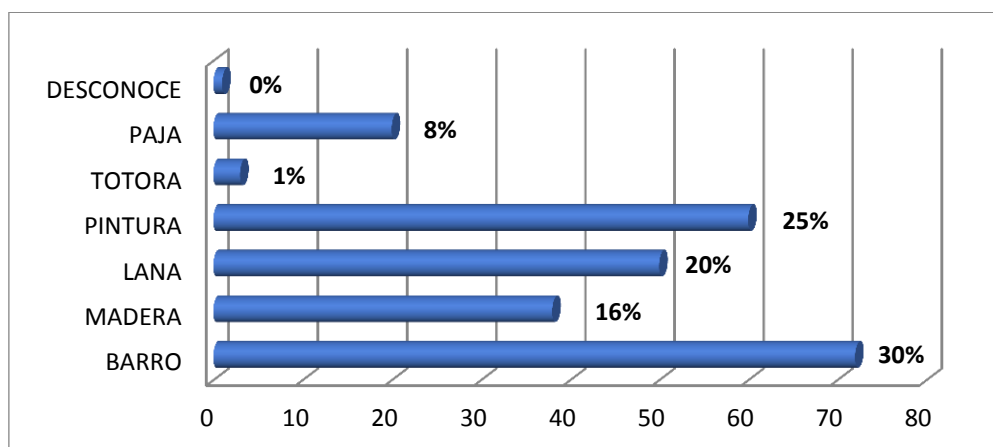
3. De acuerdo a su criterio, cuáles son los productos considerados como materia prima, que se emplean en la elaboración de artesanías en Pujilí?

Tabla N. 3.20. Pregunta 3

RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
BARRO	72	30%
MADERA	38	16%
LANA	50	20%
PINTURA	60	25%
TOTORA	3	1%
PAJA	20	8%
DESCONOCE	1	0%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.20. Pregunta 3



Fuente: Tabla N. 3.20

Análisis e Interpretación

El conocimiento que tienen las personas encuestadas sobre los productos considerados como materia prima, que se emplean en la elaboración de las diferentes artesanías en Pujilí, se identificó que el 30% conoce sobre el barro y por ende de la alfarería; el 25% sobre las pinturas que emplean los artistas de Tigua; el 20% conoce de la lana y jergas de algodón que utilizan las mujeres del sector de Jataló – Quilotoa; el 16% sobre la madera que utilizan en Tigua, para la elaboración de máscaras; el 8% sobre la paja que se emplea para cubrir los techos de sus casa y el 1% sobre la totora, que por cierto este producto artesanal es utilizado en Guaytacama-cantón Latacunga.

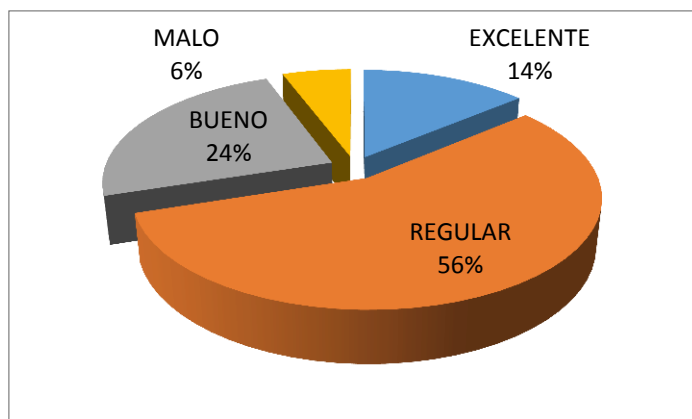
4. ¿Califique su conocimiento sobre los procesos de la elaboración de las artesanías en: alfarería, cerámica, pintura y madera?

Tabla N. 3.21. Pregunta 4

RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
EXCELENTE	34	14%
REGULAR	137	56%
BUENO	59	24%
MALO	14	6%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.21. Pregunta 4



Fuente: Tabla N. 3.21

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados, se identificó que el 56% de encuestados tiene un conocimiento regular sobre los procesos de la elaboración de las artesanías; mientras que el conocimiento del resto de encuestados fue calificado como: bueno el 24%, excelente el 14%; y malo el 6%. Conforme a los resultados planteados, se considera que es un deber de la superestructura competente y de toda la población conocer e involucrarse sobre el valor que tienen las artesanías, y esto radica primeramente en saber sobre los procesos que conllevan cada uno de los objetos artesanales que se realizan en el cantón.

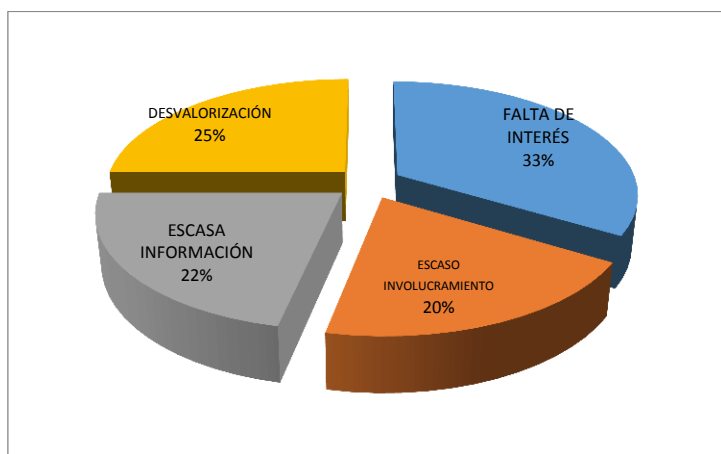
5. Por qué cree usted que los niños y jóvenes, desconocen sobre el valor cultural que tienen las artesanías que se elaboran en el Cantón Pujilí?

Tabla N. 3.22. Pregunta 5

RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
FALTA DE INTERÉS	82	34%
ESCASO INVOLUCRAMIENTO	48	20%
ESCASA INFORMACIÓN	53	22%
DESVALORIZACIÓN	61	25%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.22. Pregunta 5



Fuente: Tabla N. 3.22

Análisis e Interpretación

El desconocimiento que tienen los niños y jóvenes sobre el valor cultural de las artesanías que se elaboran en el Cantón Pujilí; de acuerdo a los resultados de los 244 pobladores encuestados, el 33% indicaron que esto se debe al desinterés de la actividad, el 25% por la desvalorización que tiene la labor y la trascendencia de esta actividad; el 22% mencionó que es por la escasa información que existe en la zona; y el 20% por el escaso involucramiento.

Estos antecedentes, han permitido identificar las causas que han desembocado en la reducción de la participación por parte de jóvenes y niños en relación a la producción artesanal en el cantón.

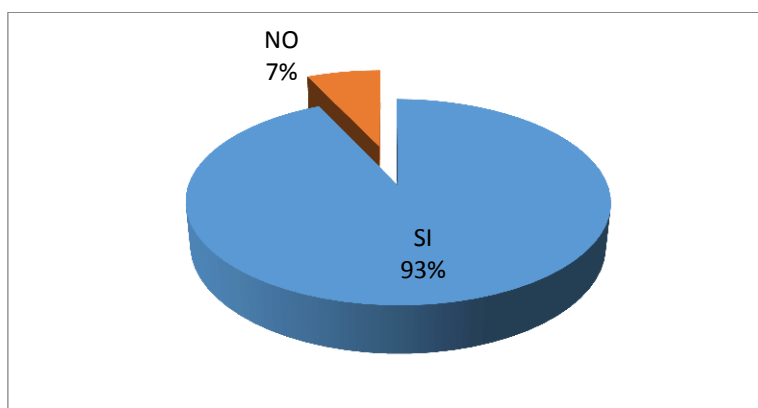
6. ¿Cree usted que los niños y niñas deberían conocer acerca del valor ancestral e histórico que tiene la elaboración de artesanías del cantón Pujilí?

Tabla N. 3.23. Pregunta 6

RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	227	93%
NO	17	7%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.23 Pregunta 6



Fuente: Tabla N. 3.23

Análisis e Interpretación

En base a los resultados, los pobladores encuestados mencionaron que el 93% si deben y es necesario que los niños y niñas conozcan acerca del valor ancestral e histórico que tienen las artesanías que se realizan en el cantón Pujilí; mientras que el 7% de encuestados indicó que no es necesario saber sobre este factor.

En relación a estos resultados, es importante trabajar en conjunto con toda la población del cantón Pujilí, sobre el conocimiento y valoración del arte y artesanía popular del cantón, para lograr un empoderamiento de trascendencia.

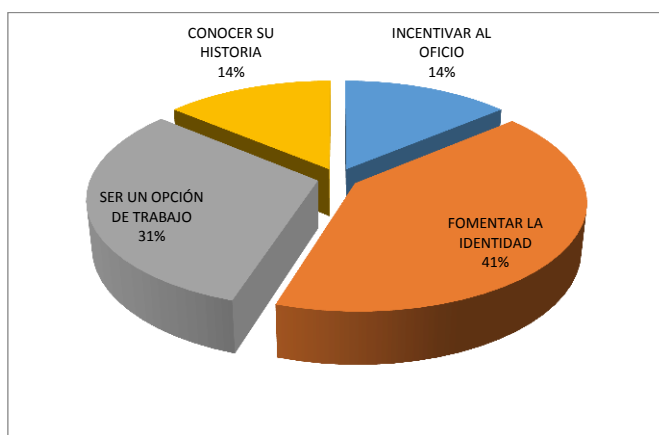
7. ¿Por qué usted cree que los niños y niñas deben conocer sobre el valor ancestral e histórico de los productos artesanales?

Tabla N. 3.24. Pregunta 7

RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
INCENTIVAR AL OFICIO	34	14%
FOMENTAR LA IDENTIDAD	100	41%
SER UN OPCIÓN DE TRABAJO	76	31%
CONOCER SU HISTORIA	34	14%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.24. Pregunta 7



Fuente: Tabla N. 3.24

Análisis e Interpretación

De acuerdo al criterio de los 244 pobladores encuestados, el 41% mencionó que la razón por la cual los niños y niñas deben conocer sobre el valor ancestral e histórico de los productos artesanales tiene como fin fomentar la identidad del cantón; mientras que el 31% indicó que es una opción de trabajo; en cambio el 14% mencionó que esto permite incentivar el oficio y de igual manera el 14% logra impulsar el conocimiento de la historia y trascendencia.

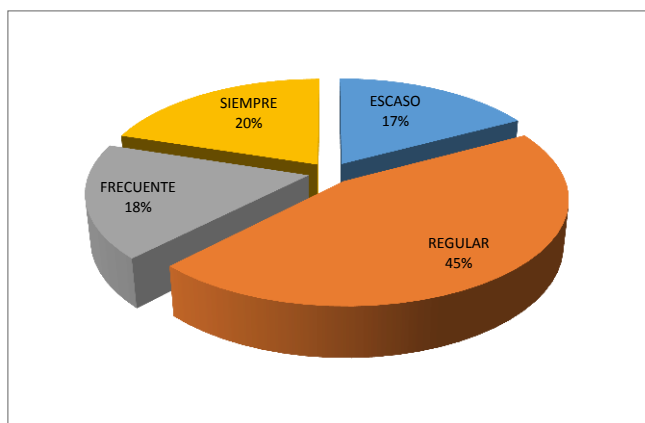
8. ¿En qué nivel cree usted que debe promoverse la labor del artesano en el cantón, por parte del GAD de Pujilí?

Tabla N. 3.25. Pregunta 8

RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
ESCASO	42	17%
REGULAR	110	45%
FRECUENTE	43	18%
SIEMPRE	49	20%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.25. Pregunta 8



Fuente: Tabla N. 3.25

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados emitidos por los encuestados, el 45% indicó que el nivel que debe promoverse la labor del artesano en el cantón, por parte del GAD de Pujilí es regular; mientras que el 20% mencionó que debe ser siempre; por otra parte el 18% debe ser frecuente y el 17% mencionó que debe ser escaso.

Mediante los resultados se puede identificar que la participación del GAD Municipal de Pujilí es importante en la publicidad que emane sobre la importancia y valoración socio-cultural de la labor artesanal, en sus pobladores.

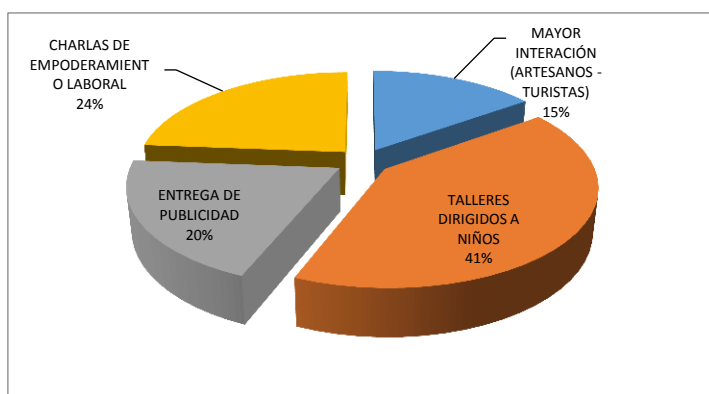
9. De las siguientes opciones, escoja la opción más idónea para promover la labor del artesano en los barrios y parroquias del cantón Pujilí

Tabla N. 3.26. Pregunta 9

RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Mayor Interacción (Artesanos - Turistas)	37	15%
Talleres Dirigidos A Niños	100	41%
Entrega De Publicidad	49	20%
Charlas De Empoderamiento Laboral	58	24%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.26. Pregunta 9



Fuente: Tabla N. 3.26

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados de los 244 pobladores encuestados, el 41% mencionó que los talleres dirigidos a niños puede ser la mejor opción para promover la labor del artesano en los barrios y parroquias del cantón Pujilí; mientras que el 24% indicó que otra opción son las charlas de empoderamiento laboral; por otra parte el 20% mencionó que es necesario entregar publicidad con la información relevante de las artesanías y el 15% dijo es necesario identificar estrategias que permitan una mayor interacción entre artesanos y turistas. En base a los resultados planteados, es importante involucrar a los niños y jóvenes en la labor artesanal de manera directa e indirecta, es decir que un porcentaje de este grupo se involucre con la practicidad de esta labor; mientras que el resto al menos conozca y difunda de esta actividad positivamente.

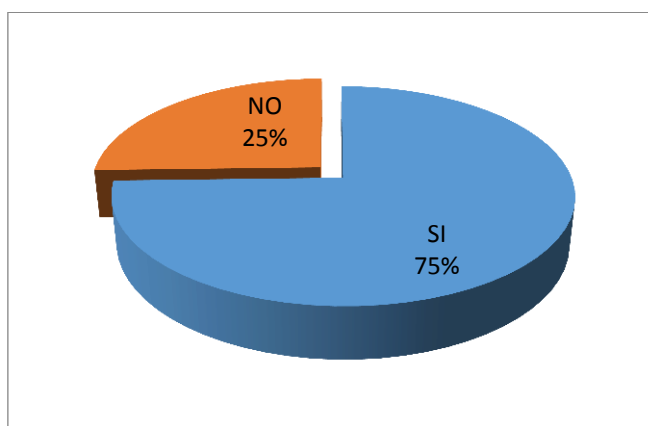
10. ¿Cree usted que la venta de productos artesanales, dinamiza la economía del cantón Pujilí?

Tabla N. 3.27. Pregunta 10

RESPUESTA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	182	75%
NO	62	25%
TOTAL	244	100%

Fuente: Encuestas realizadas a la Población Económicamente activa del cantón Pujilí

Gráfico N. 3.27. Pregunta 10



Fuente: Tabla N. 3.27

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los 244 pobladores encuestados, el 75% mencionó que la venta de productos artesanales, si dinamiza la economía del cantón Pujilí, información que corrobora los indicadores económicos presentados por el INEC; mientras que el 25% indicó que la labor artesanal no dinamiza la economía del cantón.

3.3. Análisis de la Demanda

La demanda que presenta el cantón Pujilí, en sus zonas turísticas (La Matriz, La Victoria y Zumbahua) y su corredor turístico (Zumbahua – Quilotoa – Chugchilan) permite identificar una proyección, la cual tiene como propósito posterior, proponer estrategias que beneficien al área de turismo, y ambiente de la zona, logrando por consecuencia impulsar el turismo comunitario sostenible del lugar.

Para la proyección de la demanda se utilizó el método de mínimos cuadrados. (Pineda, 2008)

3.3.1. Proyección de la demanda anual de los turistas de la Reserva Ecológica Los Ilinizas

La Reserva Ecológica Los Ilinizas como parte del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado tiene una superficie de 149.000 ha., y está localizado entre las provincias de Pichincha y Cotopaxi.

En el área existen algunos accesos que llevan hasta los límites o al interior de la Reserva, por cuanto se evidencian varias bellezas escénicas principalmente la laguna el Quilotoa y las elevaciones de los Ilinizas; para aquello se requiere ingresar por los sectores de: Chupi, Toacazo y Quilotoa, lográndose identificar el siguiente nivel de ingreso de turistas:

Cuadro N. 3.6. Ingreso de turistas por año a la Reserva Ecológica Los Ilinizas

AÑO	2011	2012	2013
TURISTAS	4876	8310	8378

Fuente: (AMBIENTE, 2012)

A su vez, se identificó que el 33% de turistas realizan caminatas hacia Los Ilinizas desde el Chaupi y Toacazo; mientras que el 5% ingresa al Quilotoa por la ruta de Sigchos – Isinlivi – Chugchilan – Quilotoa y el 63% de los turistas que de igual manera visitan la zona del Quilotoa, recorren la siguiente ruta: Latacunga, Pujilí (La Matriz), Zumbahua, Jataló –Quilotoa; identificándose en este último recorrido el número de las galerías y tiendas artesanales, que les permiten a los turistas visitar, aprender e interactuar con la elaboración ancestral de estas artesanías, y al final realizar la compra de algún objeto artístico.

Tabla N. 3.28. Método de Mínimos Cuadrados para la proyección de la demanda

AÑO	X (Año)	Y (Total Visitas)	x ²	x*y	y ²
2011	1	4876	1	4876	23775376
2012	2	8310	4	16620	69056100
2013	3	8378	9	25134	70190884
TOTAL	6	21564	14	46630	163022360

Fuente:(Álvarez, 2010); (AMBIENTE, 2012)

Elaborado por: González, A. (2015)

Para el cálculo de la proyección de la demanda, se procedió a resolver la siguiente ecuación:

$$\text{Proyección Lineal: } y = bx + a$$

Cuadro N. 3.7. Resolución de la proyección lineal

$b = \frac{N * \Sigma(X * Y) - \Sigma X * \Sigma Y}{N * \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$ $b = \frac{3 * (46630) - 6 * 21564}{3 * 14 - (6)^2}$ $b = 1751$	$a = \frac{\Sigma Y - b * \Sigma X}{N}$ $a = \frac{21564 - 163022360 * 6}{3}$ $a = 3686$
$y = bx + a$ $y = 1751x + 3686$	

Con el resultado de a y b, se puede continuar con la resolución de la proyección de la demanda.

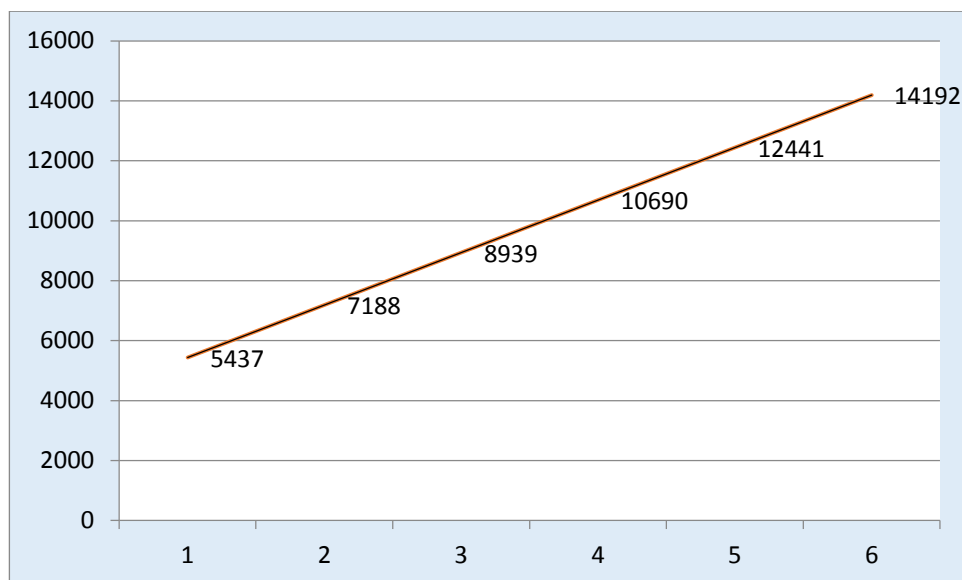
Cuadro N. 3.8. Proyección de la demanda anual de turistas

AÑO	X	PROYECCION
2014	1	5437
2015	2	7188
2016	3	8939
2017	4	10690
2018	5	12441
2019	6	14192

Fuente: (Álvarez, 2010); (AMBIENTE, 2012)

Elaborado por: González, A. (2015)

Gráfico N. 3.28. Nivel de Visitas a la Reserva Ecológica los Ilinizas



Fuente: (AMBIENTE, 2012)

Elaborado por: González, A. (2015)

3.4. Análisis de la Oferta

En el cantón de Pujilí se han identificado varias tiendas y galerías artesanales; además de otros establecimientos ubicados en la provincia de Cotopaxi, es así como se han analizado a los siguientes:

Cuadro N. 3.9. Establecimientos Artesanales en la provincia de Cotopaxi

ESTABLECIMIENTO	NÚMERO
Galerías	5
Tiendas	20
Ferías	5

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, A; Albán J. (2014)

3.4.1. Análisis de la Competencia

a. Competencia Directa

La competencia directa que tienen las artesanías del cantón Pujilí, dentro de la provincia de Cotopaxi, están los cantones de Saquisilí y Latacunga, identificándose a estos sectores únicamente como sitios de distribución y no de producción.

b. Competencia Indirecta

La competencia que tiene la artesanía de Pujilí alrededor de la provincia se identifica en las siguientes provincias y cantones, respetivamente de la Zona territorial 3 según la SENPLADES del Ecuador: Tungurahua – Quero (productos de madera), Pillaro (Máscaras); además en Chimborazo – Riobamba y Guano (Jergas de Algodón) y en la provincia de Pastaza – Puyo (Trabajo en madera).

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE COMERCIALIZACION ARTESANAL PARA EL CANTON PUJILÍ

4.1. Antecedentes

Según (Careaga, 1983) señala que “la comercialización turística es el conjunto de técnicas utilizables para vender un producto de una forma más rentable posible”, lo que implica la estructuración de un esquema estratégico para el desarrollo de las fortalezas y aprovechamiento de oportunidades de mercado en base a los productos artesanales del cantón Pujilí, los mismos que centran su principal oferta en los procesos ancestrales, la calidad de elaboración y el empleo adecuado de la materia prima para la obtención de artesanías que, por sus premisas permitirán impulsar el sector socioeconómico de la zona, así como preservar el legado cultural e identidad que las mismas.

4.2. Objetivos

4.2.1. Objetivo General

Diseñar una propuesta de comercialización para direccionar las ventas de artesanías ancestrales que se elaboran y expenden en los talleres, tiendas y galerías, ubicadas en el cantón Pujilí.

4.2.2. Objetivos Específicos

Establecer un esquema estratégico que permita al cantón Pujilí promocionarse turísticamente en base a su producción artesanal e identidad cultural.

Posicionar dentro del mercado nacional e internacional, al cantón Pujilí como una alternativa de turismo cultural, destacando las artesanías y la valoración de procesos ancestrales como productos emblemáticos de su herencia de pueblo panzaleo.

Identificar estrategias de servicio al cliente, mediante el uso de técnicas de venta para potencializar los ingresos económicos de los artesanos.

4.3. Visión

Para el 2019 el cantón Pujilí es un destino turístico posicionado e identificado como un referente cultural artesanal dentro de la Zona territorial 3, según la SENPLADES del Ecuador, el cual posee una oferta de servicios caracterizada a través de la elaboración de pinturas, máscaras, alfarería y cerámica por medio de técnicas ancestrales, permitiendo la valoración cultural y estabilidad económica de su población.

4.4. Misión

Ser el cantón referente en la Zona territorial 3, según la SENPLADES del Ecuador, que valore y preserve los procesos ancestrales de elaboración de artesanías basadas en pinturas, máscaras, alfarería y cerámica, permitiendo dinamizar la situación socio-económica de sus habitantes y generar fuentes de empleo a través de la promoción y venta de sus productos, por medio de la estructuración de una oferta turística, ante potenciales consumidores nacionales y extranjeros.

4.5. Diagnóstico situacional

4.5.1. Identificación del producto artesanal

De acuerdo a los resultados obtenidos, se estima seleccionar adecuadamente los lugares que, por características particulares, iniciarán el proceso de revaloración de las artesanías. Para el mencionado proceso se seleccionaron y escogieron los establecimientos que, por sus características físicas y de talento humano, son los más idóneos para iniciar el proceso de consolidación de un producto cultural basado en las artesanías del cantón Pujilí.

Cuadro N. 4.1.Productos Artesanales

PARROQUIA	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	REGISTRO DEL ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	IMAGEN Y AMBIENTACIÓN			TALENTO HUMANO								EVALUACIÓN
				Excelente	Bueno	Malo	Personal capacitado		Atención multilingüe		Atención al cliente		Facilidad de interacción		
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
							2	1	0	1	0	1	0	1	
La Matriz	Cerámica Olmos	MIPRO *	Edmundo Olmos		1		1		1		1		1		5
	El Gallo Azul	Junta provincial de defensa del artesano	Germán Olmos			0	1			0	1			0	2
La Victoria	Tienda artesanal S/N	MIES **	Jorge Olmos			0		0		0	1			0	1
	Cerámica y artesanías La ideal	MIES **	Segundo Zumba			0		0		0	1			0	1
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Carmelo Suárez		1			0		0	1			0	2
	Alfarería ecológica El Tornero	Sin registro	Gladys Ortiz		1			0		0	1			0	2
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Zoila Ortiz		1			0		0	1			0	2
	Auténticas artesanías	MIES **	Elsa Osorio		1		1			0	1			0	3
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Alfonso Díaz		1		1			0	1			0	3
	Cerámica de Hugo Vaca	Sin registro	Hugo Vaca	1				0		0	1			0	1
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Humberto Herrera		1			0		0	1			0	2
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Esther Armendáriz		1			0		0	1			0	2
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Iván Rubio		1		1			0	1			0	3
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Virginia Olmos			0		0		0	1			0	1
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Elsa Suntasig			0	1			0	1			0	2
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Gabriel Bastidas		1			0		0	1			0	2
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Agustina Pilatasig		1			0		0	1			0	2
	Alfarería de Gustavo Ortiz	Sin registro	Gustavo Ortiz		1		1			0	1			0	3
	Tienda artesanal S/N	Sin registro	Elvita Gallardo			0	1			0	1			0	2
Artesanías Buenaventura	Sin registro	Manuel Buenaventura		1		1			0	1		1		4	

PARROQUIA	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	REGISTRO DEL ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	IMAGEN Y AMBIENTACIÓN			TALENTO HUMANO								EVALUACIÓN
				Excelente	Bueno	Malo	Personal capacitado en el área		Maneja idiomas		Efectiva atención al cliente		Facilidad de interacción con el turista		
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
							2	1	0	1	0	1	0	1	
Zumbahua	Galería de artes y artesanías de Tigua	Sin registro	Julio Toaquiza		1		1			0	1			0	3
	Galería de arte de Tigua	Sin registro	Alfredo Toaquiza		1		1			0	1			0	3
	Galería arte Milenario de Tigua	Sin registro	Francisco Ugsha		1		1		1		1		1		5
	Galería de Artesanías Lago Verde Quilotoa	MIPRO *	Organización Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa	2			1			0	1		1		3

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

* Ministerio de Industrias y Productividad

** Ministerio de Inclusión Económica y Social

De acuerdo a la evaluación realizada a cada uno de los 24 establecimientos de producción y expendio artesanal ubicados en las zonas de estudio (La Matriz, La Victoria y Zumbahua) parroquia pertenecientes al cantón Pujilí, se identificaron a los siguientes establecimientos artesanales: ubicado en La Matriz; cinco pertenecientes a la Victoria y cuatro localizados en Zumbahua; logrando por consecuencia identificar a 10 sitios ideales con una evaluación entre 3, 4 y 5 puntos, siendo los más aptos para trabajar en conjunto por un mismo propósito.

Cuadro N. 4.2. Establecimientos artesanales ubicados en las zonas de estudio

PARROQUIA (Zonas de Estudio)	N.-	ESTABLECIMIENTO
La Matriz	1	Cerámica Olmos
La Victoria	1	Auténticas artesanías
	2	Tienda artesanal de Alfonso Díaz
	3	Tienda artesanal de Iván Rubio
	4	Alfarería de Gustavo Ortiz
	5	Artesanías Buenaventura
Zumbahua	1	Galería de artes y artesanías de Tigua
	2	Galería de arte milenario de Tigua
	3	Galería arte milenario de Tigua
	4	Galería de artesanías Lago Verde Quilotoa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

4.5.1.1. Análisis cualitativo y cuantitativo de los productos artesanales del cantón Pujilí

A continuación se realizará un análisis sobre la calidad que tiene la producción artesanal de los 10 establecimientos calificados anteriormente, ubicados en el cantón Pujilí; utilizando las siguientes escalas para la evaluación de la calidad:

- | | |
|--------------------|----------------------|
| 1) Mala calidad | 4) Muy Buena calidad |
| 2) Regular calidad | 5) Excelente |
| 3) Buena calidad | |
| 6) calidad | |

Cuadro N. 4.3. Productos artesanales en relación a sus establecimientos

PARROQUIA	ESTABLECIMIENTO	PRODUCTO	EVALUACIÓN DE LA CALIDAD *	COMENTARIO
La Matriz	Cerámica Olmos	Cerámica	4	Se encuentra en el centro de la cabecera cantonal de Pujilí
La Victoria	Auténticas artesanías	Cerámica	2	Se encuentra en la vía principal de La Victoria
	Tienda artesanal S/N	Alfarería	3	Las ventas se realizan a nivel local, nacional e internacional
	Tienda artesanal S/N	Barro	4	La producción es única en barro
	Alfarería de Gustavo Ortiz	Alfarería	2	Se dedica únicamente a la venta de las artesanías
	Artesanías Buenaventura	Cerámica	3	Trabaja bajo pedidos
Zumbahua	Galería de artes y artesanías de Tigua	Pinturas	4	Se encuentra en la vía principal Tigua - Zumbahua
		Máscaras	5	
	Galería de arte de Tigua	Pinturas	5	Únicamente expende y no elabora artesanías
		Máscaras	4	
	Galería arte Milenario de Tigua	Pinturas	4	Ofrece máscaras y pinturas de todos los tamaños
		Máscaras	4	
	Galería de Artesanías Lago Verde Quilotoa	Pinturas	4	Atención todos los días
		Máscaras	4	
Jergas de Algodón		5		

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Análisis: La evaluación de la calidad de los productos vendidos en los establecimientos anteriormente calificados se identificó que: ocho productos son de muy buena calidad; tres productos de excelente calidad, dos productos de buena calidad y otros dos de regular calidad.

El promedio que se identifica en el puntaje corresponde a 3.8, lo que significa que la producción artesanal que se elabora en el cantón Pujilí es de muy buena calidad; permitiendo a través de este resultado tener un referente para la posterior estructuración de estrategias.

4.5.2. Identificación de precio

El precio de las artesanías es de suma importancia, por cuanto su análisis permite identificar el nivel de consumo que tienden los turistas potenciales que visitan el cantón Pujilí; por lo tanto a continuación se presenta una información referente a los valores actuales que los establecimientos artesanales emplean para el expendio de sus artesanías, considerando la siguiente escala de evaluación:

- 1) Precio alto y alta calidad
- 2) Precio alto y baja calidad
- 3) Precio medio y baja calidad
- 4) Precio medio y alta calidad
- 5) Precio bajo y baja calidad
- 6) Precio bajo y alta calidad

Cuadro N. 4.4. Evaluación de precios

PARROQUIAS	ESTABLECIMIENTO	MATERIA PRIMA	PRODUCTO	PRECIO PROMEDIO (USD)			EVALUACION
				Pequeño	Mediano	Grande	
La Matriz	Cerámica Olmos	Cerámica	Pondo	5	15	20	4
			Maceteros	1	3	5	4
			Floreros	1	3	8	4
			Cuadros	2	NA	NA	5
		Plumas	Pinturas sobre pluma	5	10	20	1
La Victoria	Auténticas artesanías	Cerámica	Pondo	3	5	15	3
			Maceteros	1	3	5	4
			Miniatura	3	6	12	5
			Floreros	1	3	8	5
			Alcancías	2	5	NA	5
	Tienda artesanal de Alfonso Díaz	Alfarería	Pondo	3	5	15	5
			Maceteros	1	3	5	3
			Floreros	1	3	8	3
	Tienda artesanal de Iván Rubio	Barro	Pondo	3	5	15	4
			Maceteros	1	3	5	4
			Floreros	1	3	8	4
	Alfarería de Gustavo Ortiz	Alfarería	Pondo	3	5	15	3
			Maceteros	1	3	5	4
			Floreros	1	3	8	3
	Artesanías Buenaventura	Cerámica	Vajillas	40	60	N/A	1
Platos			N/A	2	N/A	1	
Pondos			3	5	15	4	
Ollas			4	8	15	4	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

PARROQUIAS	ESTABLECIMIENTO	MATERIA PRIMA	PRODUCTO	PRECIO PROMEDIO (USD)			EVALUACION	
				Pequeño	Mediano	Grande		
Zumbahua	Galería de artes y artesanías de Tigua	Cuero de borrego y pintura acrílica	Pinturas	6	15	40	4	
		Madera	Máscaras	35	60	80	1	
	Galería de arte de Tigua	Cuero de borrego y pintura acrílica	Pinturas	7	18	55	4	
		Madera	Máscaras	25	55	70	4	
	Galería arte Milenario de Tigua	Cuero de borrego y pintura acrílica	Pinturas	7	14	65	4	
		Madera	Máscaras	20	45	65	4	
	Galería de Artesanías Lago Verde Quilotoa	Cuero de borrego y pintura acrílica	Pinturas	6	14	70	4	
		Madera	Máscaras	20	50	75	4	
		Jergas de Algodón	Bufandas		4	5	N/A	5
			Guantes		4	5	N/A	4
Chalinas				10	15	N/A	4	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, se identificó que el promedio de los precios de venta de las artesanías van de acuerdo al tamaño; así también se puede observar en el cuadro resumen del precio de las artesanías:

Cuadro N. 4.5. Resumen de la Evaluación del Precio

PRODUCTO	PRECIO PROMEDIO			EVALUACION PROMEDIO
	Pequeño	Mediano	Grande	
Cerámica	3,86	7,19	10,39	3,73
Pinturas sobre pluma	5	10	20	1
Pinturas de Tigua	6,5	15,25	57,5	4
Máscaras de Madera	25	52,5	72,5	3,2
Jergas de Algodón	6	8,33	N/A	4,33

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Análisis: De acuerdo a la evaluación señalada, se presenta el promedio de los precios de cada producto en relaciónn a su tamaño; a su vez se identifica el promedio de la evaluación llevada a cabo para cada producto; permitiendo obtener un resultado de 4 puntos lo que significa que los productos artesanales tiene un precio de venta medio con alta calidad; referente que se utilizará en la estructuración de las estrategia de precios.

4.5.3. Identificación de promoción en relación al producto artesanal

Después de haber efectuado la identificación de las características del producto artesanal, es necesario analizar las estrategias actuales que son utilizadas por las Asociaciones de Artesanos ubicados en el cantón Pujilí. A continuación se señalan los componentes que actualmente utilizan los establecimientos del estudio, además de su respectiva evaluación, para lo cual se utilizó la siguiente escala:

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1) Bajo éxito | 3) Buen éxito |
| 2) Regular éxito | 4) Alto éxito |
| | 5) Muy alto éxito |

Cuadro N. 4.6. Evaluación de la Promoción

ELEMENTO DE LA PROMOCIÓN	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	EVALUACIÓN
PUBLICIDAD	web site del GAD de las parroquias de estudio	1
	Tarjetas de presentación	3
	<i>Flyers</i>	2
PROMOCIÓN DE VENTA	"tres por dos"	4
	Descuentos	2
	Ferias y eventos	4

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Análisis: Se identificó que la promoción que actualmente emplean los artesanos en relación a la publicidad presenta en promedio dos puntos, lo que significa un éxito regular; mientras que el éxito de su promoción de venta es calificada en promedio como buena, por cuanto su calificación es de tres puntos; en base a estos resultados es importante identificar las estrategias que deben mantenerse, al igual de aquellas que deben cambiar o salir del mercado.

4.5.4. Identificación de la distribución

Una promoción no se complementa sin antes identificar los canales donde va a ser difundida la oferta. El presente cuadro señala los canales que actualmente utilizan los artesanos y Asociaciones de artesanos del cantón Pujilí como medio de distribución de su oferta turística; para aquello se empleó la siguiente escala de evaluación de funcionamiento:

- | | |
|------------|--------------|
| 1) Malo | 4) Muy Bueno |
| 2) Regular | 5) Excelente |
| 3) Bueno | |

Cuadro N. 4.7. Evaluación de la distribución

ESTABLECIMIENTO	PRODUCTO	CANALES DE DISTRIBUCIÓN					EVALUACIÓN
		Oficinas de turismo	Sitios web del GAD parroquia	Participación en ferias turísticas	Venta Directa	Venta ambulante	
Cerámica Olmos	Pondo		1	1	1		3
	Maceteros		1	1	1		3
	Floreros				1		1
	Cuadros				1		1
	Pinturas sobre pluma	1	1	1	1	1	5
Auténticas artesanías	Pondo			1	1	1	3
	Maceteros			1	1	1	3
	Personajes miniatura			1	1	1	3
	Floreros			1	1	1	3
Tienda artesanal de Alfonso Díaz	Alcancías			1	1		2
	Pondo			1	1		2
	Maceteros			1	1		2
	Floreros			1	1		2
Tienda artesanal de Iván Rubio	Pondo		1	1	1		3
	Maceteros		1	1	1		3
	Floreros		1	1	1		3
Alfarería de Gustavo Ortiz	Pondo			1	1	x	2
	Maceteros				1		1
	Floreros				1		1
Artesanías Buenaventura	Vajillas				1		1
	Platos				1		1
	Pondos				1		1
	Ollas				1		1
Galería de artes y artesanías de Tigua	Pinturas		1	1	1	1	4
	Máscaras			1	1	1	3
Galería de arte de Tigua	Pinturas	1		1	1	1	4
	Máscaras	1		1	1		3
Galería arte Milenario de Tigua	Pinturas			1	1		2
	Máscaras			1	1		2
Galería de Artesanías Lago Verde Quilotoa	Pinturas		1	1	1	1	4
	Máscaras		1	1	1		3
	Bufoandas		1	1	1	1	4
	Guantes		1	1	1	1	4
	Chalinas		1	1	1	1	4

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

A su vez, se presenta un cuadro resumen sobre la evaluación obtenida acerca de las variables de distribución que actualmente utilizan los artesanos para comercializar su trabajo.

Cuadro N. 4.8. Resumen de Evaluación de la Distribución Artesanal

PRODUCTO ARTESANAL	PROMEDIO DE EVALUACIÓN	RESPUESTA
Cerámica y Alfarería	2,03	REGULAR
Pinturas sobre pluma	5,00	EXCELENTE
Pinturas de Tigua	3,50	MUY BUENO
Máscaras de Madera	2,75	BUENO
Jergas de Algodón	4,00	BUENO

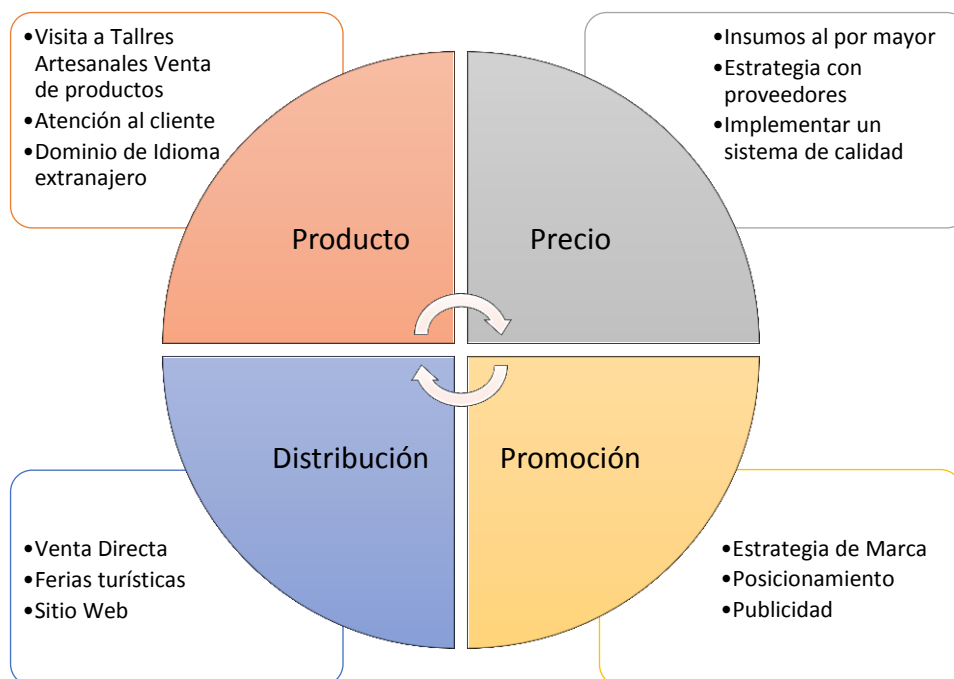
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos de la evaluación sobre las estrategias de distribución que utilizan los artesanos, se identificó que es regular la distribución para los productos en cerámica y alfarería; mientras que para las pinturas sobre plumas se califica como excelente; por otra parte las pinturas de Tigua tiene una distribución muy buena; a su vez las máscaras utilizan un canal de distribución bueno, al igual que las jergas de algodón.

4.5.4.1. Estrategias de comercialización

Gráfico N. 4.1. Estrategias de Comercialización



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

4.5.5.1. Estrategias de Producto Artesanal

De acuerdo a Enrico Roncancio “el producto artesanal es el resultado de la creatividad e imaginación, en cuya elaboración va cargado de un alto valor cultural y debido a sus procesos son piezas únicas” (1999)

En relación a este antecedente, se propone estructurar la estrategia del Producto Artesanal del Cantón Pujilí basado en dos componentes:

a. Visita a talleres artesanales.

El propósito de este componente es conocer sobre la historia y los procesos artesanales de cada producto, según su ubicación geográfica (La Victoria, La Matriz y Zumbahua), e importancia; en relación a la visita a aquellas tiendas artesanales que obtuvieron la mejor evaluación en cada una de las variables anteriormente calificadas (producto, precio, plaza y distribución).

El proceso de visita a las tiendas y /o centros artesanales debe incluir las siguientes actividades, por cuanto permiten incentivar la valorización cultural:

- ✓ Explicar sobre el origen y la utilidad de la materia prima que se emplea en cada una de las artesanías que se elaboran y vende:
- ✓ Dar a conocer el proceso y procedimiento de la elaboración de cada artesanía (debe incluir todos los pasos desde su selección de materia prima hasta los acabados)
- ✓ Relatar leyendas y/o mitos que se relacionen con la actividad artesanal del sitio visitado, o de algún familiar relacionado por esta labor.
- ✓ Incentivar la participación activa de algún participante en la elaboración de un objeto artesanal

b. Producto

El proceso intangible del producto artesanal, debe complementarse con la apreciación física de las siguientes artesanías, conforme a los requerimientos del mercado, para lo cual se estiman las siguientes recomendaciones de elaboración:

Cuadro N. 4.9. Descripción sugerida para los productos artesanales

PRODUCTOS ARTESANALES	DESCRIPCIÓN SUGERIDA
Cerámica	De tamaño pequeño fácil de trasladar, un peso liviano, con acabados llamativos, que presenten sobriedad y elegancia; y que su costo no sea elevado
Pinturas	Plasmada en objetos utilitarios (joyeros, ceniceros, tazas, esferos, entre otros.) y que permitan ser adornos de hogar, manteniendo la representación de su cosmovisión e identidad.
Máscaras	Su tamaño pequeño fácil de trasladar, un peso liviano, pintadas a mano.
Jergas de algodón	El costo debe ir en relación a la materia prima empleada, y variedad en su diseño conforme a la última moda.

Fuente: Investigación de mercado, resultado de las encuestas a turistas

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Los ejes transversales por los cuales deben basarse cada uno de los dos componentes que conforman el producto artesanal son:

- ✓ Atención al cliente
- ✓ Dominio del idioma extranjero (inglés y francés)

Se sugiere para el primer caso utilizar el método de venta SPIR¹⁴, basada en preguntar para averiguar las necesidades y deseos del cliente y presentarle a continuación los beneficios del producto; y para el segundo caso, hablar inglés y otro idioma extranjero, que le permita facilitar su comunicación y por ende su comercialización; considerando que los jóvenes con mayores habilidades de comunicación y aprendizaje pueden trabajar como intérpretes, guías nativos y/o traductores.

¹⁴ SPIR, método para atender a un cliente basado en la identificación y análisis de la: situación, problema, implicación y resolución de una situación.

4.5.2.2. Estrategia de precio:


Para el establecimiento de los precios se deben considerar los costos fijos y variables, así como los proveedores de materia prima, se sugiere:

- a. Incurrir en la compra de insumos al por mayor, mediante centros de acopio o mercados mayoristas.
- b. Negociar precios con proveedores, propendiendo que sea el vender directo y establecer un precio de venta relacionado al volumen de insumos adquiridos.
- c. Implementar un sistema de calidad, con la finalidad de planificar las actividades, poner en marcha lo planificado, verificar cada una de las acciones, y actuar cada vez mejor, obteniendo un producto de calidad aceptable a un precio accesible en el mercado.
- d. Establecer un porcentaje de utilidad que oscile del 20 al 30%, según los estándares de fijación en el área de turismo.

4.5.2.3. Estrategia de marca y posicionamiento

A continuación se identifican las estrategias de marca y posicionamiento de la misma, permitiendo desarrollar una interacción entre todos sus involucrados (turistas – pobladores y artesanos).

Cuadro N. 4.10. Estrategias de marca y posicionamiento

ESTRATEGIA DE MARCA	ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO
<p>Nombre Puxilí¹⁵</p> <p>Logotipo</p>  <p>Grafismo</p> <p>El color tomate, representa la arcilla y madera que es utilizan como materia prima.</p> <p>El color azul, representa el agua, elemento básico de la naturaleza, y que en todo instante se encuentran plasmados en las artesanías.</p> <p>El color amarillo, atrae la atención del lector.</p> <p>Slogan <i>Mi herencia ancestral, en tus manos..</i></p>	<p>Posicionamiento en base al Precio/ Calidad Las artesanías de Pujilí cuentan con las tres B's (Bueno, bonito y barato). La compra en volumen genera mayor ganancia.</p> <p>Posicionamiento Respecto al uso Se generará el concepto de "Artesanía Utilitaria", (objeto de uso múltiple) permitiendo darle mayor valor a la compra del producto artesanal.</p> <p>Posicionamiento Orientado al usuario Compra – aprender, por cuanto el usuario no solo se lleva el producto sino también la historia.</p> <p>A través del nombre, los turistas y pobladores reconocerán la historia del pueblo Panzaleo.</p>

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Las estrategias planteadas se desarrollaran bajo la propuesta del "Co-Branding", el cual tienen como propósito promocionar el cantón Pujilí, en conjunto con los centros y tiendas artesanales calificadas, utilizando el mismo medio, la misma distribución el mismo mensaje y los mismos recursos; por cuanto sus ventajas son múltiples, y permite compartir la misma publicidad, reducir costos, esfuerzos y tiempo, además de apoyar una sola imagen.

4.5.2.4. Estrategia de promoción

Las estrategias de promoción permiten atraer al turista a un mayor nivel de consumo, para aquello se plantea lo siguiente:

¹⁵Puxilí o Pugchilí, proviene del vocablo quichua, que significa posada de juguetes, conocida así a la ciudad de Pujilí, debido a que los pobladores se dedicaban a la alfarería (2002, pág. 34).

1. Difundir la estrategia del 3 por 2, es decir vender tres objetos y pagar por dos.
2. Por la compra de una artesanía, recibe un personaje de la fiesta del Corpus Cristi en miniatura.
3. Plantear un trabajo interactivo entre: los centros artesanales, institución pública (GAD de Pujilí) y una institución secundaria de Pujilí, en la cual se logre realizar un socio-drama todos los sábados durante seis meses, para difundir la historia y cultura que tiene el cantón y por ende su influencia en las artesanías.

4.5.2.5. Estrategia de distribución

Las estrategias de distribución a plantearse tendrán como base las actuales tendencias de venta de los productos artesanales en el mercado a fin de mejorar el nivel de comercialización:

1. Venta Directa, mediante el uso de las estrategias del producto mencionados anteriormente, se proyecta a captar un mayor número de turista.
2. Participación en ferias turísticas, bajo una sola presentación, tendiendo a fomentar el trabajo en equipo, independientemente del producto artesanal al que se dedique.
3. Creación de material pop (*flyer, banner, carpetas, y tarjetas de presentación* – ver en el anexo D), permitiendo al consumidor conocer más sobre la trascendencia de las artesanías, su herencia cultural y contar con los contactos de quienes realizan y comercializan estos productos.
4. Establecer alianzas estrategias con agencias de viajes, con la finalidad que el producto artesanal sea un complemento del corredor turístico Latacunga – Quilotoa.

4.5.3. Presupuesto de las Estrategias y Acciones del Plan de Comercialización:

A continuación se detalla el presupuesto para cada una de las estrategias propuestas en el plan de comercialización:

Cuadro N. 4.11 Presupuesto de las Estrategias de Comercialización

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	ESTRUCTURACIÓN	ACCIONES	PRESUPUESTO
Producto Artesanal	Visita a talleres artesanales.	Talleres de socialización a los representantes de los centros artesanales calificados	100
		Capacitación en técnicas de guiar	350
	Producto	Capacitación en interpretación cultural	250
		Capacitación en el idioma ingles	200
		Capacitación en atención al cliente	200
Precio	Estructuración de Tarifas y Precios	Capacitación en: Manejo de Costos Fijos y Variables	200
		Capacitación en: Procesos de Negociación	200
		Capacitación en: Manejo de Sistema de Calidad	300
		Taller sobre la fijación de precios	200
Marca Y Posicionamiento	Estrategia De Marca	Diseño de la Marca	500
Promoción	Ofertas	Capacitación sobre técnicas de venta	200
	Obsequios	Compra de productos en miniatura	200
	Trabajo interinstitucional	Socialización sobre el socio drama a realizarse	300
Distribución	Participación en ferias turísticas nacionales (4)	Logística	2000
	Creación del material pop	Flyer, banner, carpetas, hojas y tarjetas de presentación	300
	Alianzas estrategias con agencias de viajes	Logística	300
TOTAL USD			5800

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Cabe recalcar que las capacitaciones se realizaran bajo el programa de vinculación con las facultades competentes de la Universidad Tecnológica Equinoccial, relacionadas directamente con el tema propuesto.

4.5.3.1. Priorización de las Acciones

De acuerdo al detalle de acciones presentado, se ha visto necesario priorizar las mismas, bajo los siguientes criterios en relación a los parámetros, que a continuación se detalla:

Cuadro N. 4.11. Criterios de Evaluación

CRITERIOS			
Identificación con el Plan de Comercialización	Mantenimiento y continuidad	Inclusión	Costos

Fuente: Guía de criterios para la priorización de proyectos, 2004.

Cuadro N. 4.12. Parámetros de priorización de las acciones

VALORACIÓN	PARÁMETROS
3	Alto
2	Moderado
1	Bajo

Fuente: Guía de criterios para la priorización de proyectos, 2004.

Considerando los anteriores cuatro criterios y parámetros de evaluación, se ha obtenido la siguiente priorización:

Cuadro N. 4.13. Evaluación de Acciones

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION	ACCIONES	CRITERIOS				TOTAL
		Identificación con el Plan de Comercialización	Mantenimiento y continuidad	Inclusión	Costos	
Producto Artesanal	Talleres de socialización a los representantes de los centros artesanales calificados	2	3	3	2	10
	Capacitación en técnicas de guiar	1	1	2	2	6
	Capacitación en interpretación cultural	2	2	2	2	8
	Capacitación en el idioma ingles	1	2	2	3	8
	Capacitación en atención al cliente	2	3	3	2	10
Precio	Capacitación en: Manejo de Costos Fijos y Variables	2	2	1	1	6
	Capacitación en: Procesos de Negociación	1	2	2	2	7
	Capacitación en: Manejo de Sistema de Calidad	1	1	2	1	5
	Taller sobre la fijación de precios	1	1	2	2	6
Marca y Posicionamiento	Diseño de la Marca	2	3	2	3	10
Promoción	Capacitación sobre técnicas de venta	2	2	2	2	8
	Compra de productos en miniatura	1	2	2	1	6
	Socialización sobre el socio drama a realizarse	2	3	2	2	9
Distribución	Logística	2	2	1	2	7
	Creación del material pop	2	3	2	3	10
	Logística	2	2	1	1	6

Elaborado por: González, Angélica (2015)

A continuación se presentan las acciones que deben llevarse a cabo en un período de tres años, de acuerdo al siguiente cuadro:

Cuadro N. 4.14. Tiempo de ejecución en relación a la importancia

AÑO	PRIMER	SEGUNDO	TERCER
PUNTOS	10 - 8,1	8 - 5	MENOR A 5
IMPORTANCIA	ALTA	MEDIA	BAJA
N. DE ACCIONES	5	10	1

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Cuadro N. 4.15. Acciones Altamente Importantes a efectuarse el primer año

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	ACCIONES	EVALUACIÓN	PRESUPUESTO
Producto Artesanal	Talleres de socialización a los representantes de los centros artesanales calificados	10	100
	Capacitación en atención al cliente	10	200
Marca y Posicionamiento	Diseño de la Marca	10	500
Promoción	Socialización sobre el socio drama a realizarse	9	300
Distribución	Creación del material pop	10	300
TOTAL			1400

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Cuadro N. 4.16. Acciones Medianamente importante a efectuarse el segundo año

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	ACCIONES	EVALUACIÓN	PRESUPUESTO
Producto Artesanal	Capacitación en técnicas de guiar	6	350
	Capacitación en interpretación cultural	8	250
	Capacitación en el idioma ingles	8	200
Precio	Capacitación en: Manejo de Costos Fijos y Variables	6	200
	Capacitación en: Procesos de Negociación	7	200
	Taller sobre la fijación de precios	6	200
Promoción	Capacitación sobre técnicas de venta	8	200
	Compra de productos en miniatura	6	200
Distribución	Logística	7	2000
	Logística	6	300
TOTAL			4100

Elaborado por: González, Angélica (2015)

Cuadro N. 4.17. Acciones de Baja Importancia a efectuarse el tercer año

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	ACCIONES	EVALUACIÓN	PRESUPUESTO
Precio	Capacitación en: Manejo de Sistema de Calidad	5	300

Elaborado por: González, Angélica (2015)

CONCLUSIONES

La provincia Cotopaxi cuenta con siete cantones, de los cuales el de mayor extensión territorial e historia es el cantón Pujilí, el cual pasó a ser el objeto de estudio de la presente investigación, lugar en el cual se analizó el valor cultural de las artesanías y su relación con la actividad turística, identificándose en primera instancia el origen de su nombre, que de acuerdo a (Naranjo M. , 1996) menciona que “proviene del vocablo quichua *Puxilí*, cuyo significado es “Posada de Juguetes”, debido a que sus habitantes se han dedicado a la alfarería”, y con el pasar del tiempo se han incorporado en otros campos artesanales: la pintura sobre la piel de borrego, las pinturas en plumas de ganso o gallina, las máscaras de madera y las jergas de algodón; objetos que son primarios en el vivir de los pujilences, y que por su trascendencia histórica, colores y diseños se han vuelto comerciales en los alrededores de las zonas turísticas en el corredor Latacunga – Pujilí – Chugchilán.

En una primera instancia se analizaron las variables que han limitado el crecimiento en las ventas de la producción artesanal, identificando que las causas principales son: el escaso involucramiento de los jóvenes y niños, la desvaloración de la concepción de las artesanías en los propios pujilences, debilidad que se presenta como consecuencia del desconocimiento de la trascendencia histórica, cultural, antropológica que conllevan los objetos artesanal y la escasa participación en conjunto con las personas de la tercera edad, quienes llevan consigo un legado intangible tan valioso como es el conocimiento ancestral sobre la elaboración de las artesanía, pro que se ha visto vulnerable ante la globalización e industrialización.

La producción artesanal en el cantón Pujilí, se encuentra en una situación trascendental para varias familias, por cuanto los artesanos se han visto en una situación decisiva para no desmayar en su labor y mantener este legado, trabajando a medio tiempo en la agricultura y en las tardes o noches en la producción artesanal, logrando conservar y transmitir a sus hijos una historia, un conocimiento y una comprensión en la cosmovisión que los rodea.

En la investigación se realizó una relación entre la oferta y demanda en el cantón Pujilí, identificándose que la principal zona turística del cantón es la Reserva Ecológica Los Ilinizas, y en especial la laguna del Quilotoa; analizando las ventajas que conlleva el desarrollo del turismo, evidenciándose en los alrededores la creación de establecimientos de alojamiento y restaurantes, sitios que cubren las necesidades de los turistas, que de acuerdo a las últimas estadísticas del año 2012, proporcionadas por el Ministerio del Ambiente han llegado a la zona de estudio 8378 personas; y que de acuerdo a los resultados obtenidos del estudio de mercado, se logró identificar las características de los consumidores, así como también de la población económica del cantón y sobre todo de los artesanos, destacándose principalmente la amabilidad y acogida de la población de las parroquias: La Matriz y La Victoria, consideradas como la capital alfarera de la Región Interandina

Finalmente, de acuerdo a los resultados del estudio de mercado y el análisis del producto, precio, plaza y promoción relacionada a la producción artesanal que se desarrolla en el cantón Pujilí se estableció un plan de comercialización que cuenta con cinco estrategias y dieciséis acciones, basadas en un presupuesto de 5800 dólares, los cuales se distribuyen en tres años en relación a la prioridad de la ejecución de las acciones.

RECOMENDACIONES

Impulsar en los jóvenes y niños de la localidad y sus alrededores, a través de alternativas de recreación, el conocimiento de la historia, antropología y el valor ancestral que tienen las artesanías que se crean en el cantón Pujilí con la finalidad de crear una conciencia de conservación cultural.

De acuerdo a las últimas tendencias en el mercado y en base a los resultados de las encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros, se deben considerar el perfil del consumidor que adquiere artesanías, por consecuencia los artesanos deben desarrollar su imaginación artística relacionada al tamaño y peso de las artesanías, por cuanto los turistas deciden si o no llevar un objeto recordatorio del sitio visitando dependiendo de: la transmisión de cultura del sitio, la utilidad y la facilidad de traslado.

Mejorar los canales de distribución, sobre todo aquellos espacios que son fáciles de introducción en el mercado y que generan un pago económico, como es la página web de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Pujilí y La Victoria, recomendándose que la información textual y visual logre ser más dinámica y actualizada, logrando llamar la atención de todo público.

Emprender el desarrollo de cada una de las estrategias planteadas en el plan de comercialización, a través del trabajo interinstitucional (GAD de Pujilí, Universidad Tecnológica Equinoccial y Asociaciones Artesanales) con la finalidad de mejorar el nivel de ventas, y sobre todo la concepción del valor ancestral de la producción artesanal que se desarrolla en el cantón Pujilí.

Impulsar el conocimiento en el talento humano de las instituciones que se encuentran relacionadas directamente con los artesanos de Pujilí y Cotopaxi, por cuanto desconocen de la actividad artesanal que tiene cada uno de estos sitios; dando lugar a la desvalorización y escasa promoción del trabajo ancestral que se realiza en su zona territorial.

BIBLIOGRAFÍA

- Albán, Jimena. (2014). *Estudio de factibilidad para la creación del centro de difusión y promoción artesanal de la provincia de Cotopaxi en el cantón Saquisilí*. Latacunga, Cotopaxi.
- Álvarez, R. J. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos*. Riobamba, Ecuador.
- Ballesteros, P. G. (2012). "Aproximación a las relaciones entre antropología, artesanía y turismo."
- Bouillon. (1986). *Planificación Turística*. Editorial Trillas.
- Calvin, J. G. (2004). *Arte de Tigua*. Quito, Pichincha, Ecuador: Ed Abya-Yala.
- Calvopiña, Sandra (2010). Diagnóstico Situacional de los atractivos turísticos, naturales y culturales del cantón Pujilí. Quito - Ecuador. UTE
- Cardini, L. (2005). *Las puestas en valor de las artesanías en Rosario: pistas sobre su aparición patrimonial*" Cuadernos de antropología social (21): 91-109.
- Chiluisa Olmos, B. M. and O. O. Illapa Sánchez (2012). *Estudio gráfico de las piezas alfareras representativas, empleando el diseño editorial como medio de rescate cultural en la parroquia la Victoria cantón Pujilí período 2010*.
- Correa, I. (1997). *Artesanía y Globalización*. Flacso. Ecuador
- Crow, T. (2002). *El arte moderno en la cultura de lo cotidiano* (Vol. 10). Ediciones AKAL.
- Díaz, J. H., & Zafra, G. (2005). *Artesanas y artesanos: creación, innovación y tradición en la producción de artesanías*. Plaza y Valdés.
- Durr, E. (1997). *Artesanos y Comerciantes Tejedores Zapotecos en el Valle de Oaxaca, México*. D.F. México.
- Ecuador. Gobierno Autónomo Descentralizado de Pujilí. (2012). *Plan de desarrollo del Cantón Pujilí*. Pujilí - Cotopaxi - Ecuador.
- Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). *Población del Cantón Pujilí*. Pujilí - Cotopaxi - Ecuador.
- Ecuador. Junta Parroquia de La Victoria - cantón Pujilí. (2012). *Plan de desarrollo de la parroquia La Victoria*. Cotopaxi - Ecuador.
- Ecuador. Junta Provincial de Defensa del Artesano de Cotopaxi. (2013). *Establecimientos Artesanales de Cotopaxi*. Latacunga - Cotopaxi - Ecuador.

- Ecuador. Ministerio de Ambiente. (2012). *Registro de Turistas en la Reserva Ecológica Los Ilinizas*. Quito, Ecuador: Imprenta Pública.
- Ecuador. Ministerio de Industrias y Productividad. (2012). *Registro de Artesanos en Cotopaxi*. Quito, Ecuador: Imprenta Pública.
- Ecuador. PROECUADOR. (2013). *Análisis del Sector de Artesanías*. Quito: Centro de Comercio Internacional, Trademap.
- Ivers, M. (2008). *Pintores de Tigua :La identidad de una familia memorias en sus viajes y memorias*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador.
- Lauer, M. (1989). *La producción artesanal en América Latina*. Mosca Azul Editores.
- Levin, R., & Rubin, D. (2004). *Estadística para Administración y Economía*. México: Pearson Educación.
- Máscaras del Ecuador. (2012). *JACCHIGUA*, 53-59.
- Malo , C., Arroyo, O., Giordano , D., Jaramillo, D., & Soto , A. (1990). *Diseño y Artesanía*. (CIDAP, Ed.) Cuenca, Ecuador.
- Muratorio, B. (1999). Ednografía e historia visual de una : El caso de las pinturas de Tigua . *El caso de las pinturas de Tigua* .
- Naranjo, C. (1980). *TESIS: Pujilí a fines del siglo IXI*. Quito.
- Naranjo, Villavicencio. (1996). *La Cultura Popular en el Ecuador*.
- Organización Mundial de Turismo. (2000). *Introducción al Turismo*, pág. 180
- Papousek, Dick. (1997). *El significado flotante de las artesanías en México*.
- Pesca, (2001). *Análisis de la competitividad de las artesanías del Ecuador*.
- Pita, E., & Meier, P. (s.f.). *Artesanía y Modernización en el Ecuador*. (C. B. Ecuador, Ed.) Quito-Ecuador: Editorial Trama.
- Pulloquina, M. (2014). Estudio de Pujili. *ESPE*, 12.
- Quiroz, F. (2008). *Artesanos y manufactureros en Lima colonial*. Banco Central de Reserva del Perú.
- Quito, Redacción. (1994, Octubre). La Magia de Tigua. Quito: El Hoy, p. B7.
- Rodríguez, G. R., & Roget, F. M. (2009). *Nuevos retos para el turismo*. Netbiblo.

Rodríguez Farfán, José. (1992). *Estudio de las artes y artesanías de Guatemala*

Toaquiza Ugsha, A. (1993). *La Artesanía y la Pintura Indígena en Tigua-Chimbacucho*.

Troya, A. K. (1995). *I Simposio de Historia del Arte: artes" académicas" y populares del Ecuador*, Editorial AbyaYala.

Urruela, J. M. G. (2001). Los espacios naturales protegidos: entre la conservación y el desarrollo. *Lurralde: investigación y espacio*, (24), 271-293.

Vásquez Galarza, Germán. (1997). "Proyección de la artesanía Ecuatoriana en el mundo actual".

Ward, D. (2003). Una Mirada Antropológica hacia el Mundo del Artesano del Voqui Fuco en un Contexto de Desarrollo Sostenible: San Juan de la Costa, X Región de Chile. *Revista Mad*, (9), 182-255.

LINCOGRAFÍA

Artesanía en Loreto - Promamazonia. (2008). Recuperado el 07 de 05 de 2013, de www.regionloreto.gob.pe/web_dircetura/artesania/artesania.htm

Talleres Artesanales. www.artesantiasymasartesantias.com. (2012). Recuperado el 10 de mayo de 2014, de www.artesantiasymasartesantias.com: <http://artesantiasymasartesantias.com/talleres-artesanales/>

GAD_Pujilí. (2 de Julio de 2011). *Gobierno Autonomo Descentralizado*. Obtenido de <http://www.municipiopujili.gob.ec/pujili/index.php/turismo/160-inventario-turistico>

Investigacion, B. M. (31 de 07 de 2014). *Conceptos Básicos de Metodología de la Investigacion*. Recuperado el 17 de 10 de 2013, de Tipos de Muestreo: <http://metodologia02.blogspot.com/p/tipos-de-muestreo.html>

Málaga, U. d., & Bioestadística. (s.f.). *Bioestadística: Métodos y Aplicaciones*. Recuperado el 17 de 10 de 2013, de Muestreo aleatorio estratificado : <http://www.bioestadistica.uma.es/libro/node89.htm>

MIPRO. (20 de Octubre de 2012). *Ministerio de Industrias y Productividad* . Recuperado el 11 de Noviembre de 2014, de <https://www.industrias.gob.ec/>

Pineda, J. M. (02 de 2008). *Blogger Estadística*. Recuperado el 08 de 12 de 2013, de Blogger Estadística: http://apaejmps.blogspot.com/2008/07/comentario_1932.html

Paolo, L. J. D. P. (2014). Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local. *Documento disponible en la web, consulta marzo del 2014.*

ENTREVISTAS:

Olmos, D. (24 de 01 de 2015). Artesanías de Cerámica y Pintura. (González, Angélica, Entrevistador) Parroquia La Matriz, Pujilí .

Olmos, D. (24 de 01 de 2015). Artesanías de Cerámica y Pintura. (A. González, & A. Jimena, Entrevistadores) Parroquia La Matriz, Pujilí .

Sevilla Olmos, M. (24 de 01 de 2015). Investigación sobre la Cerámica y Alfarería. (A. González, & A. Jimena, Entrevistadores) Parroquia La Victoria.

Toaquiza, J. (31 de 01 de 2015). Pinturas de Tigua y Máscaras de Madera. (A. González, & A. Jimena, Entrevistadores) Tigua, Pujilí.

Ugsha, M. F. (31 de 01 de 2015). Artesanías de Paja. (A. González, Entrevistador) Tigua, Pujilí .

ANEXOS

A. Cuestionario de la encuesta para turistas



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Objetivo: Identificar las características de compra en artesanías que tiene los turistas que llegan al cantón Pujilí.

Instrucciones:

Por favor lea atentamente las siguientes preguntas.

Marque la respuesta que usted crea conveniente con una X.

Datos informativos:

- a. Edad: _____
- b. Género: Masculino Femenino
- c. Nivel de instrucción:
 Primaria Secundaria Superior

Cuestionario:

4.5.3.2. ¿Conoce usted la actividad artesanal que se produce en el cantón Pujilí?

- 1.1. SI 1.2. NO

2. ¿En cuál de las siguientes parroquias usted ha adquirido algún producto artesanal?

- | | |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------|
| 2.1. La Matriz <input type="checkbox"/> | 2.4. Pilaló <input type="checkbox"/> |
| 2.2. La Victoria <input type="checkbox"/> | 2.5. Zumabahua <input type="checkbox"/> |
| 2.3. Tingo <input type="checkbox"/> | 2.6. Guangaje <input type="checkbox"/> |

3. En alguna ocasión usted ha comprado alguno de estos artículos artesanales?

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 3.1. Pinturas de Tigua <input type="checkbox"/> | 3.4. Pundos, maseteros de cerámica en La Victoria <input type="checkbox"/> |
| 3.2. Mascaras de madera en Tigua <input type="checkbox"/> | 3.5. Pintura en pluma en Pujilí (La Matriz) <input type="checkbox"/> |
| 3.3. Prendas de vestir de alpaca en Zumbahua <input type="checkbox"/> | |

4. Con que fin ha comprado usted una artesanía

- | | |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| 4.1 Decoración de su hogar o trabajo <input type="checkbox"/> | 4.3 Exportación <input type="checkbox"/> |
| 4.2 Reventa <input type="checkbox"/> | 4.4 Para hacer un obsequio <input type="checkbox"/> |

5. De las siguientes características de las artesanías, califique su importancia de 1 a 3, siendo 3 muy importante, 2 importante, 1 poco importante

- | | |
|--------------|--------------------------|
| 5.1 Calidad | <input type="checkbox"/> |
| 5.2 Diseño | <input type="checkbox"/> |
| 5.3 Acabados | <input type="checkbox"/> |
| 5.4 Variedad | <input type="checkbox"/> |
| 5.5 Utilidad | <input type="checkbox"/> |
| 5.6 Precio | <input type="checkbox"/> |

6. De las siguientes características, cual sería para usted lo más importante que debe trascender en la venta de la producción artesanal histórica-ancestral

- 6.1 Materia prima
- 6.2 Proceso de elaboración
- 6.3 Tiempo empleado para la elaboración del objeto
- 6.4 Acabados
- 6.5 Historia

7. Cree usted que la labor artesanal tiene un precio monetario superior que aquellos objetos realizados por una maquina

- 7.1 SI 1.2. NO

8. Conforme a los estudios realizados, se menciona que el trabajo artesanal del cantón Pujilí es histórico ancestral de gran importancia; Cuál cree usted que sería su gasto promedio para comprar algún artículo artesanal de este cantón ___USD_____

9. Le gustaría visitar los talleres artesanales ubicados que le permitan ampliar su conocimiento sobre los procesos ancestrales que conlleva la elaboración de artesanías?

- 9.1 SI 1.2. NO

10. Cuál de los siguientes talleres artesanales le gustaría visitar para conocer el proceso de elaboración y técnicas ancestrales?

- 10.1 Pintura en pluma en Pujilí (La Matriz)
- 10.2 10.2. Pundos, maseteros de cerámica en La Victoria
- 10.3 Pinturas de Tigua
- 10.4 Mascaras de madera en Tigua
- 10.5 Prendas de vestir de alpaca en Zumbhua

11. Porque medio de comunicación le gustaría recibir información técnica y promocional sobre las artesanías del cantón Pujilí

- 11.1. Redes Sociales
- 11.2. Correo Electrónico
- 11.3. Publicidad en la prensa
- 11.4. Spot Publicitario

Gracias por su Colaboración

B. Cuestionario de la encuesta para pobladores



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Objetivo: Identificar el valor cultural que tienen los pobladores del cantón Pujilí sobre las artesanías que se realizan en: La Matriz, La Victoria y Zumbahua

Instrucciones:

Por favor lea atentamente las siguientes preguntas.
Marque la respuesta que usted crea conveniente con una X.

Datos informativos:

a. Edad: _____

b. Género: Masculino Femenino

c. Nivel de instrucción:

Primaria Secundaria Superior

Cuestionario:

1. ¿En cuál de las siguientes parroquias usted conoce que se elaboran artesanías?

- | | | | |
|------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| 1.1. La Matriz | <input type="checkbox"/> | 1.5. Zumabahua | <input type="checkbox"/> |
| 1.2. La Victoria | <input type="checkbox"/> | 1.6. Guangaje | <input type="checkbox"/> |
| 1.3. Tingo | <input type="checkbox"/> | 1.7. Angamarca | <input type="checkbox"/> |
| 1.4. Pilaló | <input type="checkbox"/> | | |

2. Conoce usted la historia que tienen las artesanías que se elaboran en el cantón Pujilí?

2.1. SI 2.2. NO

3. De acuerdo a las siguientes opciones cuáles son los productos considerados materia prima que usted conoce que se emplean en la elaboración de artesanías en Pujilí?

- | | | | |
|-------------|--------------------------|--------------|--------------------------|
| 3.1. Barro | <input type="checkbox"/> | 3.4. Pintura | <input type="checkbox"/> |
| 3.2. Madera | <input type="checkbox"/> | 3.5. Totorá | <input type="checkbox"/> |
| 3.3. Lana | <input type="checkbox"/> | 3.6. Paja | <input type="checkbox"/> |

4. ¿Califique sus conocimientos en los procesos de la elaboración de la cerámica?

4.1 Malo 4.3 Bueno
4.2 Regular 4.4 Excelente

5. Por qué cree usted que los niños y jóvenes, desconocen sobre el valor cultural que tienen las artesanías que se elaboran en el Antón Pujilí?

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------|
| 5.1 Falta de interés | <input type="checkbox"/> | 5.3 Escasa información recibida en la escuela | <input type="checkbox"/> |
| 5.2 Escaso involucramiento | <input type="checkbox"/> | 5.4 Desvalorización del trabajo artesanal | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Cree usted que los niños y niñas deberían conocer sobre el valor ancestral e histórico de los productos artísticos de cantón?

6.1. SI 6.2. NO

7. ¿Por qué usted cree que los niños y niñas deben conocer sobre el valor ancestral e histórico de los productos en cerámica?

7.1. Incentivar la práctica del oficio 7.3. Ser una opción de trabajo
7.2. Fomentar identidad cultural 7.4. Conocer sobre la historia de su cantón

8. ¿En qué porcentaje usted cree que se debe promover la labor del artesano en todo el cantón?

8.1. 25% 8.3. 75%
8.2. 50% 8.4. 100%

9. De las siguientes opciones qué usted propondría para promover la labor del artesano en los barrios y parroquias del catón Pujilí?

9.1. Interacción del artesano con los turistas 9.4. Charlas sobre la importancia de tener una identidad cultural
9.2. Talleres dirigidos a niños y jóvenes
9.3. Entrega de flyers a los turistas que llegan al Quilotoa

10. ¿Cree usted que la venta de productos artesanales, dinamiza la economía del cantón Pujilí?

10.1. SI 10.2. NO

Gracias por su colaboración

C. Cuestionario de la entrevista para los artesanos



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Objetivo: Identificar la percepción que tienen los artesanos del cantón de Pujilí, en relación a su trabajo y el medio en que los rodea.

Datos informativos:

- a) ¿Cuál es su nombre completo? _____
- b) ¿Qué edad tiene? _____
- c) ¿En qué tipo de artesanía usted se especializa? _____
- d) ¿Cuanto tiempo usted lleva realizando esta labor artesanal? _____
- e) ¿Pertenece alguna Asociación de artesanos?, si su respuesta es positiva: ¿Cuáles son los beneficios y/o ventajas que los artesanos tiene al forma parte de una Asociación?

Cuestionario:

- 1) ¿Cómo usted aprendió a realizar estas obras artesanales?
- 2) ¿Conoce usted, sobre la historia de la elaboración artesanal a la que se dedica?
- 3) ¿Por qué cree usted que los jóvenes y niños ya no participan como antes en la elaboración de las artesanías?
- 4) ¿Cuál es la técnicas o técnicas que usted utiliza en la elaboración de sus artesanías?
- 5) ¿Qué significado tiene para usted continuar realizando y elaborando las artesanías en (cerámica, madera, pintura)?
- 6) ¿Qué tiempo usted emplea aproximadamente en la elaboración de su objeto artesanal favorito?
- 7) ¿De su familia, quién participa activamente en el proceso de la elación artesanal, y que función cumple?
- 8) A la semana, ¿qué tiempo usted dedica a la labor artesanal?
- 9) Considera la actividad artesanal como una actividad rentable
- 10) El ingreso que usted percibe de las ventas de los objetos artesanales, le permite comprar lo necesario para vivir; o cuanta con otro trabajo?
- 11) Percibe usted o su asociación algún apoyo de alguna entidad pública, privada u ONG para el desarrollo y fortalecimiento de la comercialización de sus artesanías?
- 12) ¿Qué cree usted que le hace falta para sentirse completamente capacitado para comercializar sus artesanías?
- 13) ¿Cuál es el tratado que usted les provee a los turistas nacionales y extranjeros cuando llegan a su tienda artesanal?
- 14) ¿Cuáles son las características que usted identifica de sus clientes?
- 15) ¿Cree usted que con la dinamización de la actividad turística en el cantón Pujilí, usted y sus compañeros podrán potencializar las ventas de las artesanías?
- 16) ¿Cuál es la mejor temporada para la venta de sus artesanías?
- 17) ¿Qué medios de comunicación usted utiliza para vender sus artesanías?
- 18) ¿Cuáles son los problemas más frecuentes que usted ha tenido al momento de comercializar?

D. MATERIAL POP

a. Flyer

Anverso



8 cm

20 cm

Reverso



b. *Banner Publicitario,*

PUJILÍ - COTOPAXI - ECUADOR



 ***PUXILÍ***
Mi herencia ancestral, en tus manos...

TE ESPERAMOS

Llegamos a donde tu nos solicites...

c. Tarjetas de presentación

Anverso



Reverso

