
CAPÍTULO I

1.0. Antecedentes

Tema: CREACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE VISITANTES.

Tema: Diccionario del Folklore Ecuatoriano.

Autor: Paulo de Carvalho Neto.

Institución: Biblioteca Municipal.

Año: 1964.

Conclusión: El documento que pude observar en este libro se basa principalmente en la importancia que ha venido teniendo las artesanías desde la antigüedad, los diferentes conceptos de lo que es el arte primitivo, lo que son las artesanías y el arte popular. Tiene una visión mucho más amplia de cómo se fue desarrollando las artesanías o también conocidas como Folklore Ergológico que desempeñaban un papel clave.

Tema: Estudios del Folklore.

Autor: Paulo de Carvalho Neto.

Institución: Biblioteca Municipal.

Año: 1964.

Conclusión: Este libro me aportará a desarrollar mi tesis, ya que en él se refleja más detallado lo que es el folklore ergológico, hablando de lo que son los encajes y bordados que fueron lo que primero apareció, seguido de los tejidos, cesterías, trenzados, con el pasar del tiempo apareció lo que es la cerámica que se convirtieron en las más famosas de ese tiempo, lo cual es factible analizar todos los aspectos generales que permitan desarrollar y promocionar el proyecto de grado final.

Título de la página web: Unesco.org

Institución: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Año: 2009.

Conclusión: En este sitio web se presenta una descripción de los productos artesanales, y también se encuentra una diversidad de información bien relevante en cuanto al tema del proyecto de grado.

Título de la página web: Pro Ecuador

Institución: Instituto de promoción de exportaciones e inversiones.

Conclusión: En esta página web se basa firmemente en reconocer la importancia del aumento de la capacidad productiva de las artesanías en el proceso de desarrollo económico. Tiene una visión mucho más amplia sobre el tema de las artesanías del Ecuador.

Título de la página web: Pro Ecuador

Institución: Instituto de promoción de exportaciones e inversiones.

Conclusión: En esta página web se basa firmemente en reconocer la importancia del aumento de la capacidad productiva de las artesanías en el proceso de desarrollo económico. Tiene una visión mucho más amplia sobre el tema de las artesanías del Ecuador.

Título de la página web: CIDAP

Institución: Centro interamericano de artesanías y artes populares.

Conclusión: Esta entidad me va a permitir desarrollar mi propuesta de tesis ya que nos refleja que la CIDAP es la que custodia la mayor reserva de invalorable colecciones de las artesanías.

Tema: Bibliografía Artesanal Ecuatoriana.

Autores: Edgar Pita, Peter Meier, Pablo Samaniego.

Institución: CONADE.

Año: 1944.

Conclusión: Este libro me ayudará en la investigación de mi proyecto de grado, ya que en él se describe que se realizó un estudio acerca de la situación socio-económica de las artesanías del Ecuador, este dato es muy importante y aporta de mucho interés en el desarrollo de mi tesis.

1.01. Contexto

El origen de los mercados artesanales se da desde la antigua Grecia “Era una actividad económica importante pero en gran medida desvalorizada. Involucraba todas las actividades de transformación manufacturera de materias primas, agrícolas o no, tanto en el marco del oikos como en el de los talleres de tamaño importante que reunían a varias decenas de trabajadores.” (Artesanía de la Antigua Grecia, 2015)

“Los artesanos constituían una población minoritaria en la ciudad griega, pero cuya presencia en las fuentes no se desmiente, se vio crecer a lo largo de toda la Antigüedad griega.” (Artesanía de la Antigua Grecia, 2015)

“En la Antigua Grecia había artesanos de distintos estratos sociales: si los metecos y los esclavos fueron probablemente mayoría, también había muchos ciudadanos libres en los talleres.” (Artesanía de la Antigua Grecia, 2015)

“Gran parte de la artesanía de la Antigua Grecia formaba parte de la esfera doméstica. Sin embargo, la situación fue cambiando gradualmente entre los siglos VIII y IV a. C. con el incremento de la comercialización de la economía griega. Por tanto, tareas tan importantes como son el tejido o la preparación de pan eran realizadas solamente por mujeres antes del siglo VI a. C. Con el crecimiento del comercio comenzó a utilizarse mucho la mano de obra de los esclavos en las artesanías. Sólo los paños teñidos de la mejor calidad, y en particular el púrpura de Tiro se hacía en los talleres.” (Artesanía de la Antigua Grecia, 2015)

Se dice que “La historia de las artesanías antes de la invasión española los indígenas tuvieron sus propias formas de producción artesanal; elaboraban productos especialmente diseñados para su vestuario; la práctica comercial se basaba en el trueque.” (Maldonado, 2003)

“Con la conquista llegaron los españoles ávidos de riquezas y tesoros; montaron los grandes obrajes y sometieron a los indios al esclavismo; explotaron la mano de obra y sus habilidades en agotadoras jornadas de trabajo, en la producción de telas muy codiciadas en el viejo continente.” (Maldonado, 2003)

“Las experiencias adquiridas en los obrajes fueron transmitidas por generaciones y fusionadas con los conocimientos de procesos artesanales ancestrales. Esto permitió producir diversas artesanías con grandes alternativas de comercialización y, consecuentemente, la reivindicación de la atadura española.” (Maldonado, 2003)

“A inicios de 1900 algunos indígenas de las comunidades de Agato, Quinchuquí, Peguche y otras realizaron los primeros viajes a ciudades como Quito, Latacunga y otras, para vender sus productos. Estos viajes, que duraban dos o tres días, lo hacían a pie, por los senderos o chaquiñanes.” (Maldonado, 2003)

“Aunque las utilidades que generaba la comercialización eran mínimas, algo muy importante se lograba: promocionar los productos manufacturados y la apertura de mercados en otras ciudades del país.” (Maldonado, 2003)

“Los productos artesanales tuvieron gran acogida en las ciudades del sur del país, lo cual despertó el interés de los pobladores de algunas provincias como: Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo. Poco a poco llegaron a Otavalo comerciantes de Saquisilí, Guano, Guamote y de otras ciudades en busca de los productos artesanales. El espacio que hoy ocupa el inmueble de la Sociedad Artística fue el primer sitio de exhibición, donde aproximadamente una docena de artesanos

provenientes de Carabuela, Ilumán y de otras comunidades anteriormente nombradas desarrollaron el comercio de artesanías.” (Maldonado, 2003)

Los Mercados artesanales para el Ecuador se viene a convertir en uno de los elementos muy importantes para nuestro País, ya que dentro de los mismo vamos a poder observar las artesanías elaboradas con las propios artesanos del lugar de origen, textiles, bisutería, creación artística, y variedades de productos elaborados a mano por la comunidad o por diferentes artesanos en distintos pueblos y ciudades de nuestro Ecuador.

También estos mercados artesanales existen en las grandes y pequeñas ciudades de nuestro país, algunos de ellos atienden regularmente entre semana y ofrecen variedad de productos con colores llamativos para la población, y exclusivamente para los turistas que vienen de visita a nuestro Ecuador, algunos artesanos pueden demostrar a las personas nacionales y extranjeras como elaboran los diferentes tipos de orfebrerías y los distintos materiales con los que son elaborados las nombradas artesanías y en ellas a la vez se refleja con el cariño y amor que son elaboradas por parte de los artesanos, ya que con estas artesanías se refleja los sentimientos de todas las personas que se dedican a este trabajo de elaboración de artesanías.

Estos mercados de poco a poco se han ido incrementando en nuestro país, esto quiere decir que en cada provincia del Ecuador posee un mercado artesanal que los distingue a nivel nacional, lo que más favorece a la creación de estos mercados es que los turistas extranjeros hacen conocer de nuestras artesanías porque Ecuador es un país donde existe variedad de turistas que viajan de diferentes lugares y partes del Mundo, esto hace que las artesanías sean conocidas a nivel mundial gracias a los visitantes que vienen de fuera.



Entre las diferentes elaboraciones de orfebrerías podemos destacar también la elaboración de los Famosos Sombreros de Paja Toquilla o de "Panamá" y ponchos.

1.02 Justificación

He decidido desarrollar una ruta turística del mercado artesanal de la provincia de Cotopaxi, la cual se llevara a cabo para ofrecer un mejor y excelente servicio a los visitantes del lugar, en especial a los diferentes visitantes extranjeros.

Otro punto muy importante es el turismo y saber que con el pasar de los tiempos han ido evolucionando y como resultado de esto es que hoy en día nos brinda nuevas experiencias que antes no existía en la antigüedad. Esto va a tener como finalidad satisfacer las necesidades tanto de los visitantes nacionales como visitantes extranjeros que quieran conocer más acerca de la elaboración de artesanías que se elaboran en los mercados artesanales.

Lo que los ecuatorianos quieren lograr es que nuestro querido Ecuador nos conozcan también por el arte de los artesanos que elaboran las diferentes artesanías con mucho cariño y en la elaboración de las mismas se reflejan el ánimo de la persona artesana que lo elabora con sus propias manos las orfebrerías, y que los visitantes nacionales y extranjeros vean que estas elaboraciones van a ir de generación en generación y así estas costumbres jamás se perderá con el pasar de los tiempos siempre van hacer bien recordadas por cada provincia que tenga un mercado artesanal en el Ecuador.

Dentro de la elaboración de esta ruta turística, el beneficiario del proyecto será el investigador, conjuntamente con los artesanos del mercado artesanal, con la aplicación de esta ruta turística los beneficiados también serán los visitantes extranjeros que visiten el mercado artesanal de Cotopaxi.

La realización de este proyecto será un gran aporte en la innovación para la Institución.

1.03 Definición Del Problema Central (Matriz T)

La definición del problema que el proyecto busca solucionar es el paso y la decisión más importante del proceso de diseño de un proyecto. Los proyectos son, esencialmente, grandes respuestas a grandes problemas. Por ello, el error más grave que se puede cometer consiste en intentar resolver con precisión el problema equivocado. En la promoción del desarrollo es mejor formular una solución aproximada al problema correcto que plantear una solución precisa al problema equivocado. La identificación del problema que el proyecto buscará solucionar es la decisión más importante del proceso de pre inversión constituyéndose en el punto de partida del proceso de diseño de un proyecto. (Cempro Planes y proyectos, 2015)

Tabla N°1

Escalas

1.	Bajo
2.	Medio bajo
3.	Medio
4.	Medio alto
5.	Alto

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: Esta escala se puede visualizar los valores para calificar la tabla # 2 en los sig. Aspectos: grado de intensidad (I), al igual que el Potencial de Cambio (PC). Los valores de la escala son 1: Baja; 2: Medio Baja; 3: Medio; 4: Medio Alto; y 5: Alto.

Tabla N°2

Matriz de Fuerzas T

SITUACIÓN EMPEORADA	SITUACIÓN				SITUACIÓN MEJORADA
Turistas sin interés acerca de la elaboración de las orfebrerías en los mercados artesanales del Ecuador.	Desconocimiento por parte de los visitantes extranjeros y nacionales acerca del mercado artesanal de Latacunga.				Aceptación de los turistas de un turismo artesanal en la Provincia de Cotopaxi (Latacunga).
FUERZAS IMPULSADORAS	I	PC	I	PC	FUERZAS BLOQUEADORAS
Exponer las orfebrerías más representativas del mercado artesanal que son creadas y elaboradas a mano por nuestros maestros artesanales que existen en nuestro país.	4	4	3	3	Algunos artesanos no les interesa mostrar sus orfebrerías más representativas, solo les interesa vender otro tipo de artesanías elaborados por ellos mismos.
La fuerza impulsadora del mercado artesanal es que los turistas extranjeros y nacionales puedan evaluar el significado que representa la elaboración de las diferentes artesanías.	5	4	3	4	Los turistas extranjeros como nacionales no saben apreciar el significado que tienen las artesanías elaboradas en el mercado artesanal de Cotopaxi.
Contratar locales en los centros comerciales para poder presentar a turistas nacionales y extranjeros las diferentes artesanías que elaboran los artesanos en nuestro país.	4	4	3	2	Desinterés de los dueños de dichos locales de los centros comerciales para presentar a turistas nacionales y extranjeros las diferentes artesanías que elaboran los artesanos en nuestro país.
Hacer publicidad utilizando las redes sociales y mostrar la gran variedad de orfebrerías que ofrece el mercado artesanal de Cotopaxi.	4	3	3	3	Desconocimiento de los turistas sobre las diferentes tipos de orfebrerías que ofrece el mercado artesanal de Cotopaxi, y se muestran en las redes sociales existentes.
La fuerza impulsadora del mercado artesanal es la integración de ideas entre todos los artesanos que componen este mercado, para determinar el destino de sus artesanías elaboradas.	4	5	3	2	Desorganización de parte de todos los artesanos para poder llegar a un mismo acuerdo y que sus artesanías tengan un mejor destino.
Desarrollo de nuevas orfebrerías para tener más interacción con los visitantes extranjeros	5	4	4	3	Desinterés de los visitantes extranjeros por el desarrollo de nuevas orfebrerías y no tener interacción con los maestros artesanos.
Brindar información concreta a los turistas nacionales y extranjeros acerca del potencial turístico del sector.	2	3	4	4	La información brindada a los turistas acerca del potencial turístico, es incompleto.

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: En la Matriz T se reflejará todo lo relacionado con el Problema Central del proyecto. Donde se derivarán la siguiente información: la información que va a mejorar el problema y a la vez también nos indica la situación que está empeorando el problema.

También vamos a poder observar las fuerzas impulsadoras tanto positivas como negativas, estas dos fuerzas se medirán en lo que son: intensidad (I) y potencial de cambio (PC), para evaluar esta matriz vamos a utilizar los valores de la escala que van del 1 al 5, recordando que 1 (es el puntaje más bajo) y 5 (es el puntaje más alto), por lo tanto el análisis quedó de la siguiente manera:

Exponer las orfebrerías más representativas del mercado artesanal que son creadas y elaboradas a mano de nuestros maestros artesanales que existen en nuestro país. La cual representa una Intensidad (I) de 4 (medio alto), y un potencial de cambio (PC) de 4 (medio alto).

Algunos artesanos no les interesa mostrar sus orfebrerías más representativas, sólo les interesa vender otro tipo de artesanías elaborados por ellos mismos, representa una Intensidad (I) de 3 (medio), y un potencial de cambio (PC) de 3 (medio).

Dentro de las fuerzas impulsadoras del mercado artesanal la fuerza impulsadora del mercado artesanal es que los turistas extranjeros y nacionales puedan evaluar el significado que representa la elaboración de las diferentes artesanías, representa una intensidad (I) de 5 (alto), y un potencial de cambio (PC) de 4 (medio alto).

Por otro lado de las fuerzas bloqueadoras existentes los turistas no saben apreciar el significado que tienen las diferentes artesanías, representa una intensidad (I) de 3 (medio), y un potencial de cambio (PC) de 4 (medio alto).

Contratar locales en los centros comerciales para poder presentar a turistas nacionales y extranjeros las diferentes artesanías que elaboran los artesanos en nuestro país, representa una intensidad (I) de 4 (medio alto), y un potencial de cambio (PC) de 4 (medio alto).

Desinterés de los dueños de dichos locales de los centros comerciales para presentar a turistas nacionales y extranjeros las diferentes artesanías que elaboran los artesanos en nuestro país, representa una intensidad (I) de 3 (medio), y un potencial de cambio (PC) de 2 (medio bajo).

Hacer publicidad utilizando las redes sociales y mostrar la gran variedad de orfebrerías que ofrece el mercado artesanal de Cotopaxi, representa una intensidad (I) de 4 (medio alto), y un potencial de cambio (PC) de 3 (medio).

Desconocimiento de los turistas sobre las diferentes tipos de orfebrerías que ofrece el mercado artesanal de Cotopaxi, y se muestran en las redes sociales existentes, representa una intensidad (I) de 3 (medio), y un potencial de cambio (PC) de 3 (medio).

La fuerza impulsadora del mercado artesanal es la integración de ideas entre todos los artesanos que componen este mercado, para determinar el destino de sus artesanías elaboradas, representa una intensidad (I) de 4 (medio alto), y un potencial de cambio (PC) de 5 (alto).

Desorganización de parte de todos los artesanos para poder llegar a un mismo acuerdo y que sus artesanías tengan un mejor destino, representa una intensidad (I) de 3 (medio), y un potencial de cambio (PC) de 2 (medio bajo).

Desarrollo de nuevas orfebrerías para tener más interacción con los visitantes extranjeros, representa una intensidad (I) de 5 (alto), y un potencial de cambio (PC) de 4 (medio alto).

Desinterés de los visitantes extranjeros por el desarrollo de nuevas orfebrerías y no tener interacción con los maestros artesanos, representa una intensidad (I) de 4 (medio alto), y un potencial de cambio (PC) de 3 (medio).

Brindar información concreta a los turistas nacionales y extranjeros acerca del potencial turístico del sector, representa una intensidad (I) de 3 (medio), y un potencial de cambio (PC) de 3 (medio).

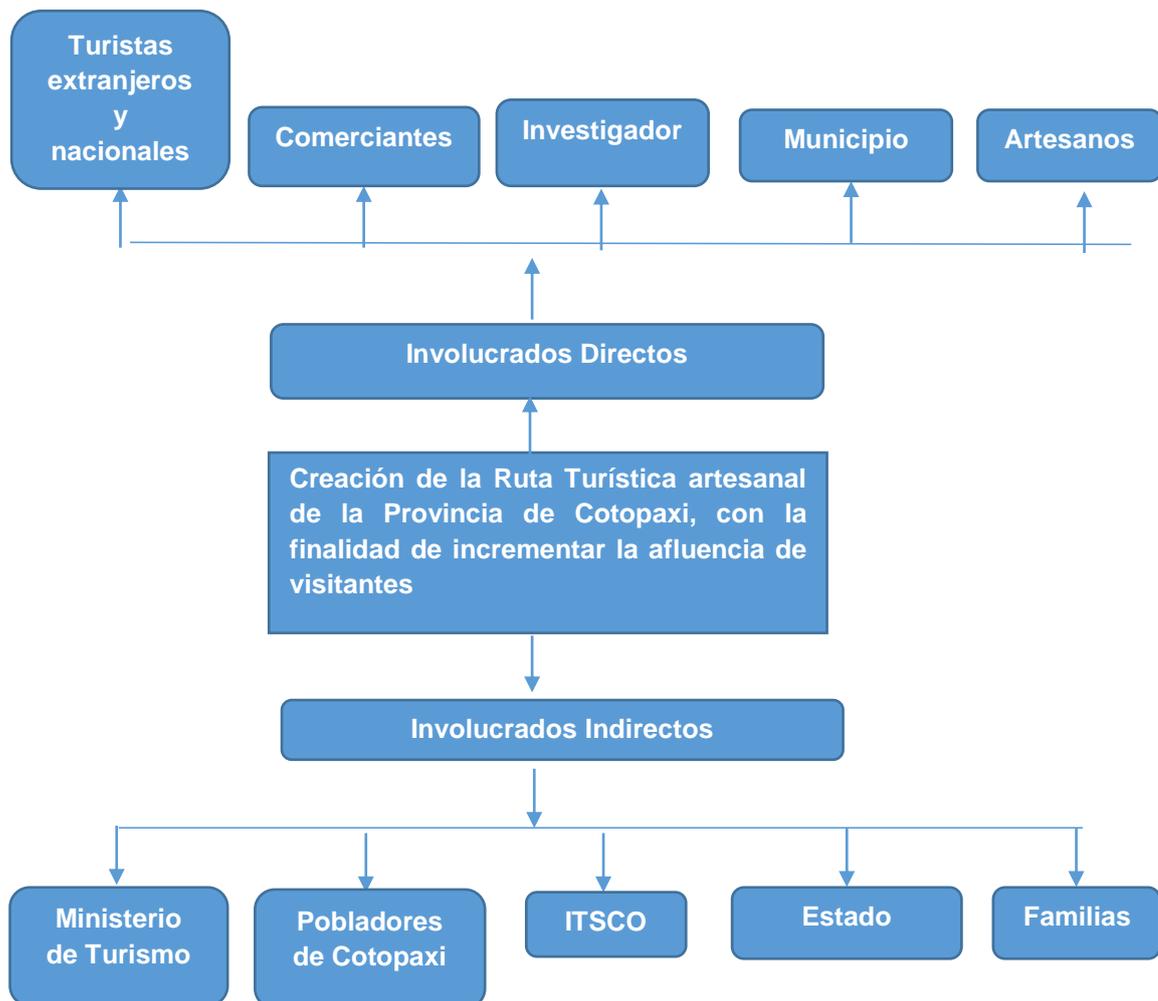
La información brindada a los turistas acerca del potencial turístico, es incompleto, representa una intensidad (I) de 4 (medio alto), y un potencial de cambio (PC) de 4 (medio alto).

CAPÍTULO II

1.0. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.01. Mapeo de Involucrados

Figura N°1
Mapeo de involucrados



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: A través del presente mapa vamos a poder identificar cuáles son los tipos de involucrados tanto directos como indirectos para el desarrollo de este proyecto.

Tenemos los involucrados directos que están vinculados con los involucrados indirectos y estos son los siguientes:

Involucrado directo (I.D): Turistas Extranjeros y Nacionales, con su Involucrado indirecto (I.I): Ministerio de Turismo.

Involucrado directo (I.D): Comerciantes, con su Involucrado indirecto (I.I): Pobladores de Cotopaxi.

Involucrado directo (I.D): Investigador, con su Involucrado indirecto (I.I): ITSCO.

Involucrado directo (I.D): Municipio, con su Involucrado indirecto (I.I): Estado.

Involucrado directo (I.D): Artesanos, con su Involucrado indirecto (I.I): Familias.

Estos involucrados tanto directos como indirectos, trabajan conjuntamente para el desarrollo de este proyecto de grado que se llevará a cabo en la provincia de Cotopaxi.

2.02. Matriz de Análisis de Involucrados

Tabla N° 3

Matriz de Análisis de Involucrados

Beneficiarios	Directos	Indirectos	%
Turistas extranjeros y nacionales	✓		20%
Comerciantes	✓		15%
Investigador	✓		5%
Municipio	✓		8%
Artesanos	✓		10%
Ministerio de Turismo		✓	20%
Pobladores de Cotopaxi		✓	15%
ITSCO		✓	2%
Estado		✓	3%
Familias		✓	2%
Total			100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: En la tabla realizada de Involucrados se ha asignado un porcentaje aproximado a los diferentes beneficiarios de involucrados, dicho porcentaje da una suma total del 100%.

En los involucrados directos tenemos un porcentaje total del 58%, lo cual está dividido de la siguiente manera:

Los turistas extranjeros y nacionales representan el 20%, son quienes se van a encargar de que en el proyecto se cumpla que las artesanías sean reconocidas en diferentes países del mundo.

El 15% corresponde a los comerciantes, quienes van hacer los encargados de fabricar las diferentes artesanías que serán expuestas a la vista de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la provincia de Cotopaxi.

El 5% corresponde al investigador, ya que el presente trabajo servirá de beneficio propio y también como sustento dentro de la institución que se desarrolla el proyecto.

El 8% corresponde al Municipio, ya que es de gran importancia porque serán de gran apoyo para poder realizar el proyecto de grado, también me pueden ayudar dando ideas para ver cómo desarrollar de mejor manera la tesis.

El 10% corresponde a los artesanos, ellos serán los más beneficiados porque van a fabricar los diferentes tipos de orfebrerías que serán expuestas tanto para los turistas extranjeros como nacionales, así los turistas podrán observar la gran importancia que tienen estas artesanías elaborados por ellos.

El 20% corresponde al Ministerio de Turismo, este ministerio me podría ayudar a difundir mi tema de tesis para que los turistas extranjeros y nacionales sepan que hay una ruta turística artesanal en Cotopaxi.

El 15% corresponde a los pobladores de Cotopaxi, los pobladores también podrían llegar a ser parte de beneficiarios porque así recibirán afluencia de turistas.

El 2% corresponde al ITSCO, tiene este porcentaje porque la investigación realizada se llevará en el período de estudio en dicha institución.

El 3% corresponde al Estado, tiene este porcentaje porque de alguna forma me apoyarían para la realización de mi tesis de grado, esta ayuda podría ser económica o educativa.

El 2% corresponde a las familias, se designó este porcentaje porque de alguna manera son beneficiadas porque los artesanos elaboran productos/ orfebrerías, llevan dinero para sustentar a sus familias.

Tabla N° 3
Matriz de Análisis de Involucrados

Actores involucrados	Intereses sobre el problema central	Problemas percibidos	Recursos, Mandatos y capacidades	Intereses sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Turistas extranjeros y nacionales	Conocer los servicios				Inseguridad
Comerciantes	Promocionar algo innovador y así ayudar en la parte económica del lugar y de sus familias			Beneficios económicos	No pueden brindar servicios de calidad
Investigador	Rescatar el significado de las artesanías	Falta de señalética	Encuestas	Poder aplicar nuevas alternativas para los turistas nacionales y extranjeros	
Municipio	Impulsar innovadoras formas de empleo	Falta de conocimiento o en promoción de las artesanías	Contratación de personas capacitadoras del CIDAP	Que la empresa turística se interese mucho en este lugar artesanal	Posibles recursos económicos limitados.
Artesanos	Elaborar algo representativo en sus orfebrerías con respecto a la provincia de Cotopaxi			Generar fuentes de empleo para poder complementar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros	
MINTUR	Controlar el manejo adecuado de los recursos turísticos para así evitar el maltrato de sitios turísticos			Beneficios económicos	
Pobladores de Cotopaxi	Promocionar algo innovador desarrollado en el			brindar servicios de calidad	

CREACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE VISITANTES.

	mercado artesanal				
Familias	Mejoras económicas para las familias de los artesanos			Fomentar la intervención de todas las familias de artesanos	

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: En la Matriz de involucrados se reflejará la siguiente información:

Actores involucrados: Son todos los involucrados directos e indirectos que tenemos en el mapeo de involucrados.

Intereses sobre el problema central: Aquí se describe los interés que tienen los involucrados directos e indirectos acerca del desarrollo del problema central.

Problemas percibidos: Se detallan los problemas que perciben los involucrados directos e indirectos que encontramos en el mapeo de involucrados.

Recursos Mandatos y capacidades: Indican los diferentes mandatos, recursos que tienen los diferentes grupos de involucrados en relación con el problema central, incluyendo posibles soluciones para la ejecución del proyecto de grado.

Intereses sobre el proyecto: Indican los diferentes intereses que tiene cada involucrado ya sea este directo o indirecto que servirán para el desarrollo de la tesis.

Conflictos potenciales: Son aquellos conflictos que los involucrados tanto directos como indirectos perciben a través del problema central del proyecto.

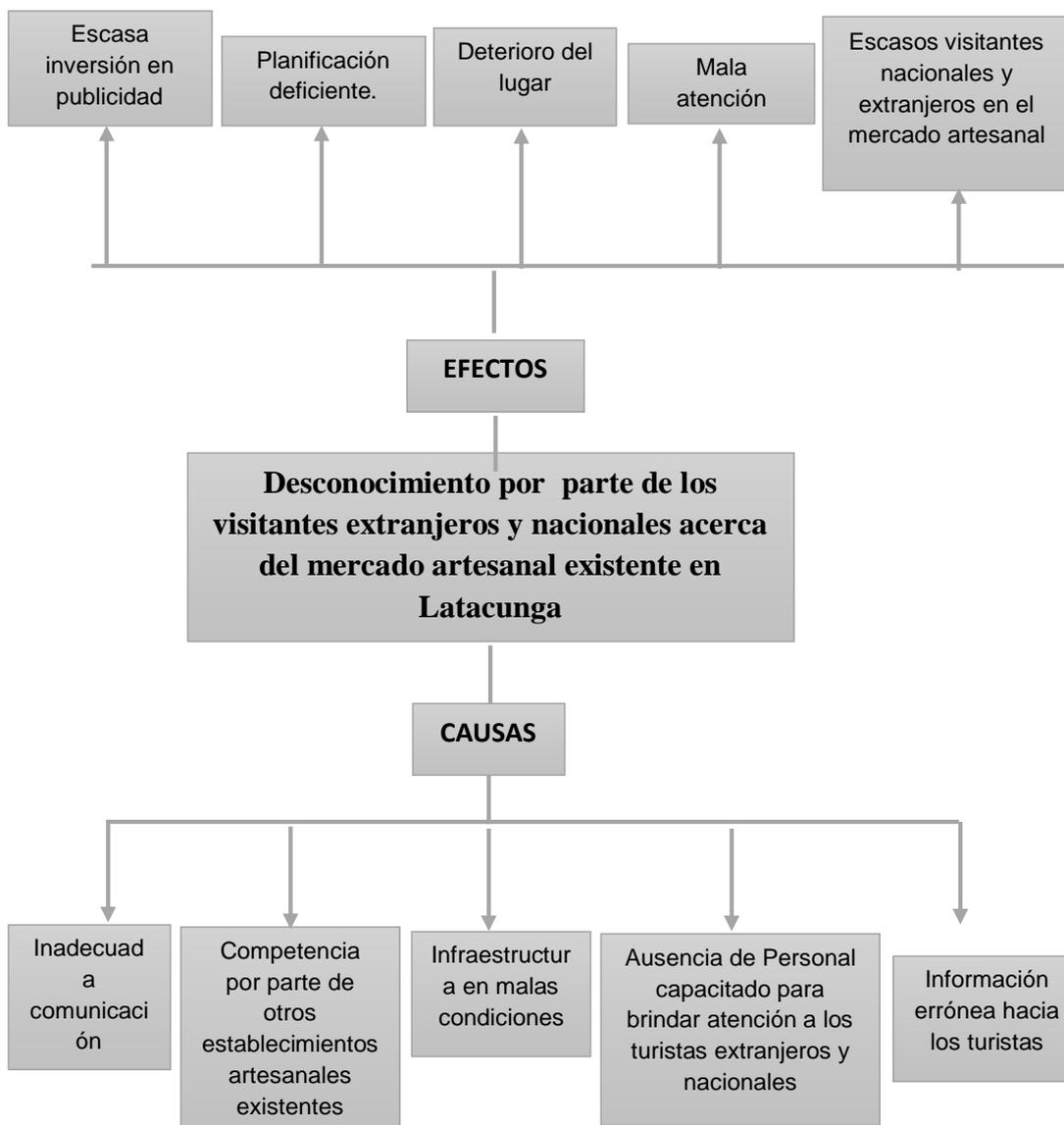
CAPÍTULO III

3.0 PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01 Árbol de problemas

Figura N° 2

Árbol de problemas



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: Este problema central se produce por la falta de información a los turistas extranjeros y nacionales acerca de la existencia del mercado artesanal de Cotopaxi (Latacunga).

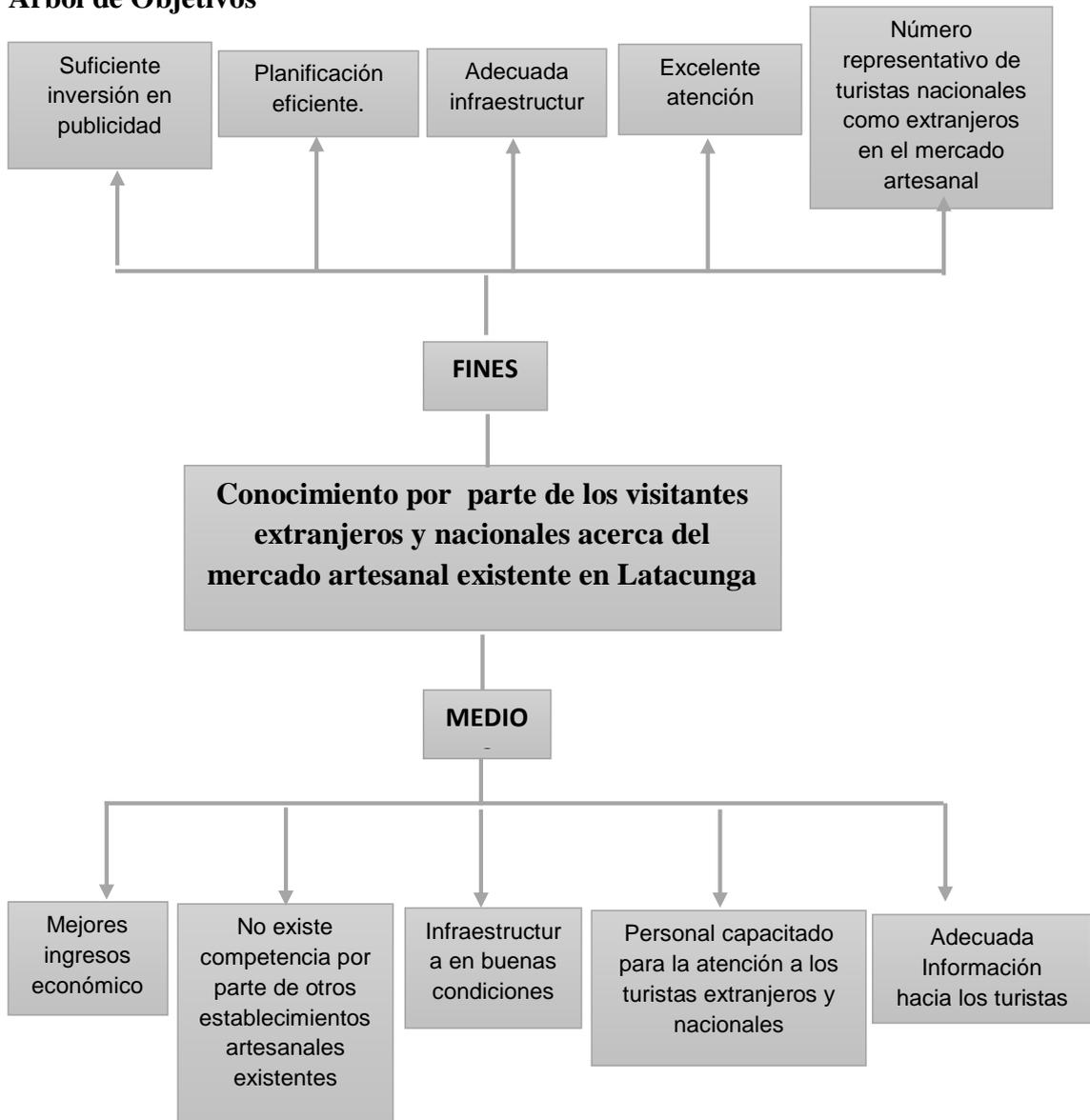
En la presente figura se describen los problemas existentes, por lo cual el árbol de problemas ha tomado la siguiente estructura; un listado de causas que es donde se origina el problema y un listado de efectos que se producen por la aparición de las causas.

El árbol de causas y efectos nos permite poder detectar factores que recurren en un determinado problema, esto se da con el fin de poder controlar o al mismo tiempo poder suprimir los riesgos que representan estas causas.

3.02 Árbol de Objetivos

Figura N° 3

Árbol de Objetivos



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: En el presente cuadro se van a plantear los objetivos, tomando en cuenta el árbol hecho anteriormente el de problemas, se podrá analizar con mayor profundidad cuales van hacer la alternativas propuestas para la realización del presente proyecto de grado.

CAPÍTULO IV

4.0. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

4.01. Matriz de análisis de alternativas

Tabla N° 4

Escala

Escala	Categoría
1-5	Baja
6-11	Media Baja
12-17	Media Alta
18-25	Alta

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: En esta tabla vamos a poder visualizar la escala de valores, tomando en cuenta que el número 1 representa el valor más bajo, y el número 25 va a representar el valor más alto, a su vez cada número va a tener su respectiva categoría que empieza desde la baja hasta la más alta, con sus intermedios media baja y media alta.

Tabla N° 5

Matriz de análisis de alternativas.

OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE EL PROPÓSITO	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLÍTICA	TOTAL	CATEGORÍA
Capacitar a la comunidad	4	3	3	4	2	16	Media Alta
Brindar adecuada información a los turistas nacionales y extranjeros	5	2	1	4	1	13	Media Alta
Contar con una Infraestructura adecuada para la visita de turistas	5	2	3	5	1	16	Medio Alta
Incrementar demanda turística	5	3	3	4	2	17	Media Alta
Fortalecer la afluencia de turistas	4	2	2	3	2	13	Media Alta
Total	23	12	12	20	8	75	

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: La matriz de análisis de alternativas nos va a servir para deducir el impacto sobre el propósito, así también como de la factibilidad técnica, financiera, social, y política. Todos los objetivos obtenidos en esta matriz de análisis cumplen con el propósito.

La factibilidad mayor y la más analizada es, la factibilidad social, debido a la gran interacción de visitantes extranjeros y nacionales con los maestros artesanos que se encuentran en el mercado de Latacunga.

Debido a que en la matriz se representan categorías media alta, podemos deducir que el proyecto tiene un gran alcance de potencial de viabilidad.

4.02. Análisis de Impactos de Objetivos

Tabla N° 6

Matriz de análisis de impactos de objetivos

	Factibilidad de lograrse (Alta-Media-Baja) (4- 2 - 1)	Impacto en general (Alta-Media-Baja) (4- 2 - 1)	Impacto Ambiental (Alta-Media-Baja) (4- 2 - 1)	Relevancia (Alta-Media-Baja) (4- 2 - 1)	Sostenibilidad (Alta-Media-Baja) (4- 2 - 1)	Total
Objetivos	Es aceptable y muy conveniente para los beneficiarios (4)	Aumenta la intervención de los miembros de la familia (hombres, mujeres, adolescentes) (4)		Es una prioridad para los maestros artesanos (4)	Fortalecer la economía del mercado artesanal para el sustento de sus artesanías (4)	22 a 32 BAJA
	Se cuenta con el apoyo de las familias de los artesanos (2)	Incrementa el desarrollo de la mujer del artesano (4)		Aportación de ideas innovadoras para la elaboración de las orfebrerías (4)		33 a 44 MEDIA BAJA
	Mejoras económicas para las familias de los artesanos (2)	Pueden mejorar ingresos para hombres, mujeres y adolescentes (2)	Mejora el entorno social (2)		Fomenta la intervención de todas la familias (4)	45 a 66 MEDIA ALTA
	Es aceptable y conveniente para los beneficiarios (4)	Incrementa la intervención de las mujeres de los artesanos (4)	Los benéficos son deseados por los maestros artesanos (4)			66 a 88 ALTA
	Existe medios de comunicación para hacer la respectiva publicidad de las artesanías (4)			Motiva el interés por los turistas en conocer el mercado artesanal (4)		
	16	14	6	12	8	56 Media Alta

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

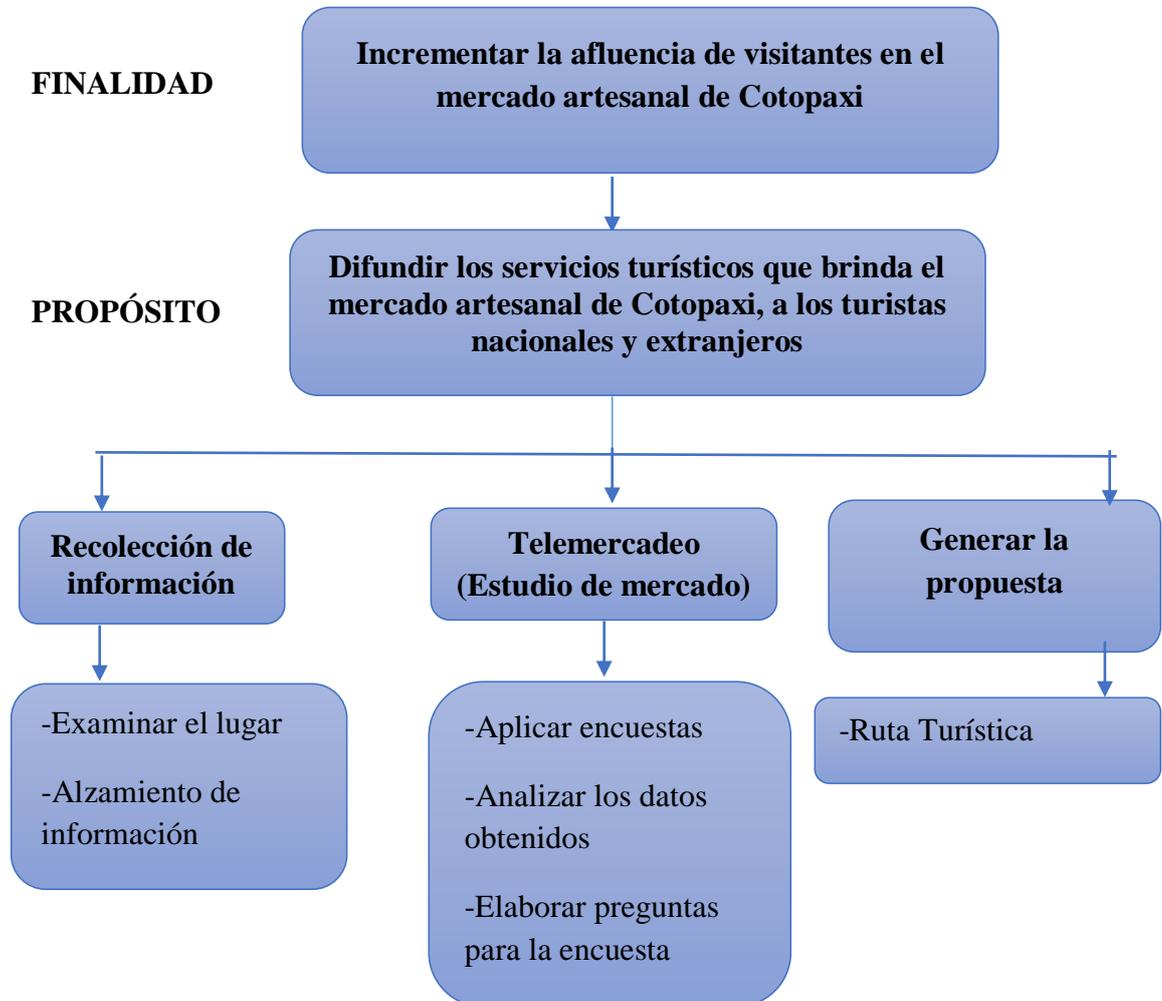


Análisis: En esta tabla podemos visualizar los diferentes factores que son: factibilidad de lograrse, impacto en género, impacto ambiental, relevancia, y sostenibilidad, cada uno de estos factores tienen su respectivo valor numérico que sumados entre sí dan un resultado de 56 que equivale a una escala de media alta, este resultado nos permite constatar que el proyecto de grado es factible.

4.02. Diagrama de Estrategias

Figura N°4

Diagrama de Estrategias



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: El diagrama de estrategias tiene como objetivo fundamental especificar las actividades o labores concretas, que se pondrán en marcha en el proyecto de grado.

Es por eso que tenemos una finalidad: Incrementar la afluencia de visitantes en el mercado artesanal de Cotopaxi, y su propósito es: Difundir los servicios turísticos que brinda el mercado artesanal de Cotopaxi, a los turistas nacionales y extranjeros.

Los componentes que conforman este diagrama de estrategias tienen sus propias actividades y son las que se mencionan a continuación:

Recolección de información, contiene las siguientes actividades:

- Examinar el lugar.
- Alzamiento de información.

Telemercadeo (Estudio de mercado):

- Aplicar encuestas.
- Analizar los datos obtenidos.
- Elaborar preguntas para la encuesta.

Generar la propuesta:

- Ruta turística.

4.03. Matriz de Marco Lógico

Tabla N° 7

Matriz de Marco Lógico

Objetivos	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p>Finalidad Incrementar la afluencia de visitantes en el mercado artesanal de Cotopaxi.</p>	Incrementar la afluencia turística para el 2018 en un 50%.	<ul style="list-style-type: none"> -Encuestas. -Registro de turistas nacionales y extranjeros. -Entrevistas. 	Contar con todos los recursos (sociales, ambientales, humanos), y con el financiamiento económico, y el apoyo del MINTUR.
<p>Propósito Difundir los servicios turísticos que brinda el mercado artesanal de Cotopaxi, a los turistas nacionales y extranjeros.</p>	Difundir el interés en los turistas nacionales y extranjeros por conocer el mercado artesanal, y para el año 2020 su interés sea del 100%.	<ul style="list-style-type: none"> -Encuestas. -Entrevistas con los turistas nacionales y extranjeros. 	Contar con el financiamiento suficiente para desarrollar el propósito.
<p>Componentes -Recolección de Información. - Telemercadeo (Estudio de Mercado) -Generar la propuesta.</p>	Cumplir con el 100% hasta abril del 2016.	-Proyecto terminado.	Contar con el apoyo necesario de las autoridades del mercado artesanal.
<p>Actividades -Examinar el lugar. -Alzamiento de información. -Aplicar encuestas. -Analizar los datos obtenidos. -Elaborar preguntas para la encuesta. -Ruta Turística.</p>	<p>\$20.</p> <p>\$30.</p> <p>\$10.</p> <p>\$20.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Estado financiero. -Facturas. -Proformas. 	Contar con los recursos suficientes para desarrollar las actividades, y contar con el apoyo de la comunidad.

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.



Análisis: En la matriz de marco lógico, se va a identificar varios puntos que son: la finalidad global del proyecto lo que se persigue alcanzar, el propósito del proyecto que se va a implementar para dar a conocer los servicios que ofrece el mercado artesanal, los componentes que se utilizarán para que por medio de estos se pueda ejecutar el proyecto y por ultimo observaremos las actividades que vendrán hacer ideas que se aportaran para la mejora de la actividad turística del mercado artesanal de Cotopaxi.

CAPITULO V

5.0 PROPUESTA

5.01 Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución)

Desarrollo: El desarrollo “Se puede entender como el proceso de evolución, un cambio y crecimiento relacionado con un objeto, una persona o una situación determinada.” (DefiniciónABC, 2007)

Creación: La creación es “Cuando alguien produce algo inédito de la nada, es decir, ese algo creado no tiene antecedente sino que se convierte en realidad por primera vez, se dirá que se trata de una creación.” (DefiniciónABC, 2007)

Ruta: Una ruta es “La ruta es un camino, vía o carretera que une diferentes lugares geográficos y que le permite a la personas desplazarse de un lugar a otro, especialmente mediante automóviles.” (DefiniciónABC, 2007)

Ruta Turística: Una ruta turística es “es una vía de comunicación terrestre o marítima que ha sido designada como tal por su atractivo natural o interés cultural.” (Wikipedia, 2015)

Finalidad: Se entiende por finalidad que es “Aquello que se apunta o se desea conseguir.” (Definición.De, 2008-2016)

5.01.01 Análisis FODA

Tabla N° 8

FODA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTOR EXTERNO	FACTOR INTERNO	-Contar con los atractivos turísticos del lugar que sean óptimos para visitar	-Limitada información acerca de la existencia del mercado artesanal de Cotopaxi
	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
		-Contar con los tic's necesarios para poder difundir y dar a conocer las diferentes orfebrerías que se realizan en el mercado artesanal de Cotopaxi.	- Promocionar las artesanías del mercado artesanal y recibir la visita de turistas extranjeros y nacionales. * Aplicación de capacitaciones e inducciones a guías practicantes que dominen el idioma inglés.
	AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
		-	* Aplicación del proyecto de grado teniendo en cuenta el cuidado del patrimonio del mercado. * Proteger el patrimonio que se encuentra en el mercado, por medio de la impartición de valores a los turistas nacionales y extranjeros.

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

5.01.02 Investigación de mercado

Es la herramienta necesaria para el ejercicio del marketing. Podemos decir que este tipo de investigación parte del análisis de algunos cambios en el entorno y las acciones de los consumidores. Permite generar un diagnóstico acerca de los recursos, oportunidades, fortalezas, capacidades, debilidades y amenazas (DAFO) de una organización.

Es el proceso por el cual se adquiere, registra, procesa y analiza la información, respecto a los temas relacionados, como: clientes, competidores y el mercado. La investigación de mercados nos puede ayudar a crear el plan estratégico de la empresa, preparar el lanzamiento de un producto o facilitar el desarrollo de los productos lanzados dependiendo del ciclo de vida.

El propósito de la investigación de mercados es ayudar a las compañías en la toma de decisiones sobre el desarrollo y la mercadotecnia de los diferentes productos. La investigación de mercados representa la voz del consumidor al interior de la compañía. (Investigación de mercados, 2015)

Esta investigación de mercado nos sirve para poder recolectar información que sea necesaria para la realización del proyecto, y así poder tomar decisiones correctas para el desarrollo de mi propuesta que está en pie.

5.01.03 Instrumentos de investigación

Técnicas e instrumentos

Técnicas: Es un conjunto de mecanismos, medios, y sistema de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar, y transmitir datos. (Valderrama, 2011)

Instrumentos: es un recurso del que puede valerse el investigador para extraer información sobre el tema que se requiera. (Calderero, 2011)

Principales técnicas e instrumentos

Tabla N° 9

Tipos de Instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Observación	Fichas de observación
Entrevista	Cuestionario de entrevista
Encuesta	Cuestionario de encuestas
Bibliográfica	Fichas

Fuente: Instrumentos de Investigación.

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

El instrumento de investigación, que se va a emplear en el desarrollo de mi proyecto es la encuesta, la cual se va a aplicar a personas e la ciudad de Quito, para medir su conocimiento acerca de la existencia del mercado artesanal de Cotopaxi.

5.01.04 Población y Muestra

Población: Número de personas que componen un pueblo, provincia, nación, región, etc. (Diccionario Enciclopédico, 2003)

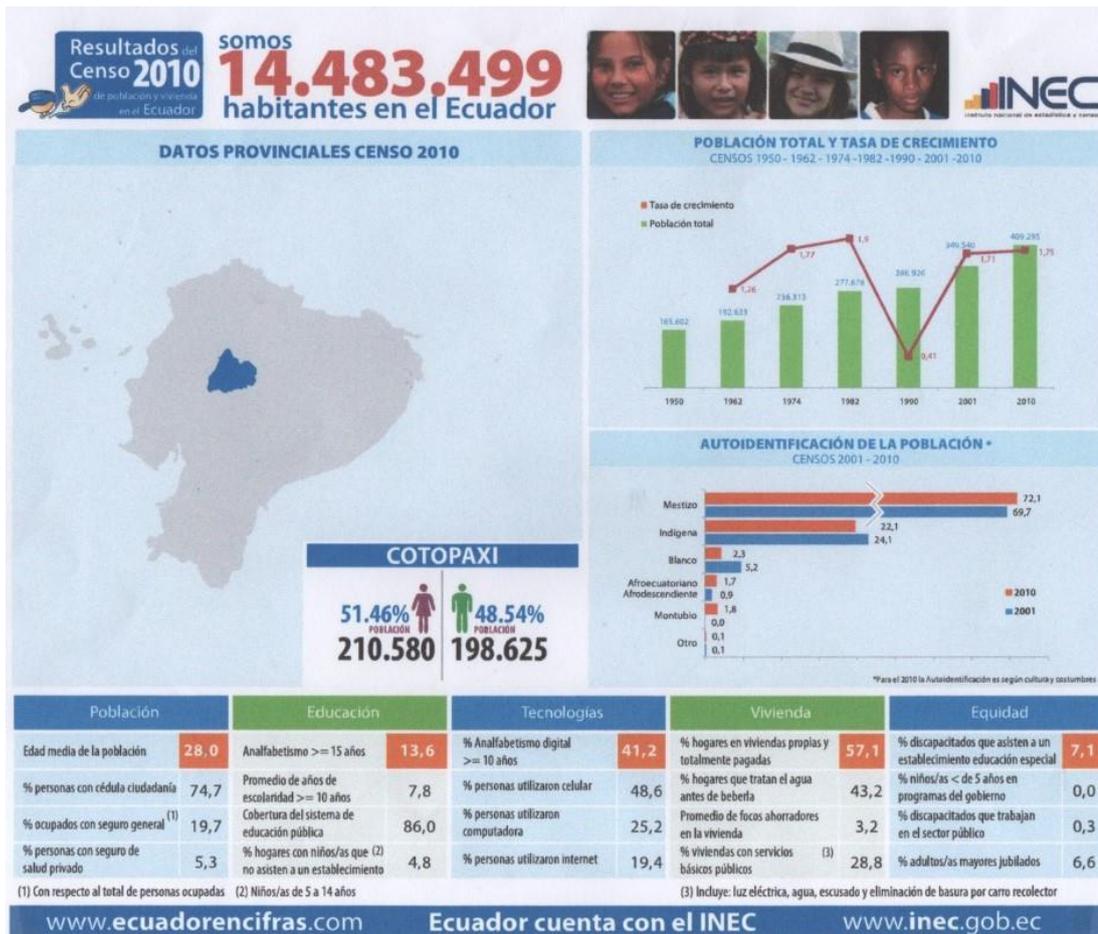
Muestra: Es un subconjunto representativo de la población. (Wigodski, 2010)

Universo: Conjunto de individuos o elementos sometidos a un estudio estadístico.

(Diccionario Enciclopédico, 2003)

Figura N° 4

Tabla de Población



Fuente: INEC

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz

Muestra

La fórmula que se va a aplicar es la de población finita y es la siguiente:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población o universo.

z = Base al nivel de confianza 95%.

p = Probabilidad de éxito 50%.

q = Probabilidad de fracaso 50%.

e = Margen de error 5%.

$$n = \frac{1619.146 * 0.50 * 0.50 (1.95)^2}{(1619.146 - 1) (0.05)^2 + 0.50 * 0.50 (1.95)^2}$$

$$n = \frac{1619.146 * 0.25 (3.80)}{(1619.146 - 1) (0.0025) + 0.25 (3.80)}$$

$$n = \frac{1619.146 * 0.95}{(4.045365) + 0.95}$$

$$n = \frac{1.538,1887}{4.995365}$$

n= 307 Encuestas.

5.01.05 Análisis de la información

1 Datos Generales

Tabla N° 10

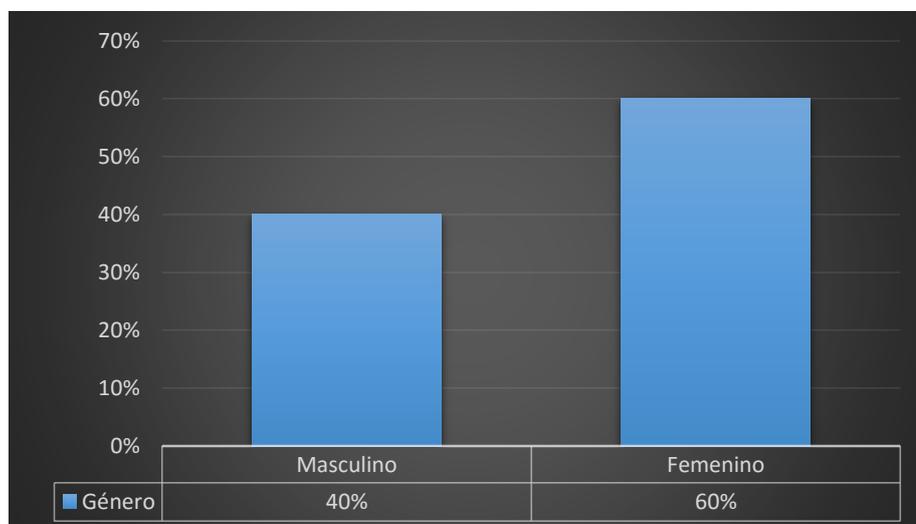
Género

Género	Personas Encuestadas	Porcentaje
Masculino	147	40%
Femenino	160	60%
Total	307	100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Figura N° 5

Género



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: El porcentaje mayor que se pudo percibir en el desarrollo de encuestas realizadas a la población existente en la ciudad de Quito es del Género femenino que representa un **60%** y el porcentaje restante representan el **40%** en género masculino que llenaron las encuestas.

2 ¿Cuál es su ocupación actualmente?

Tabla N° 11

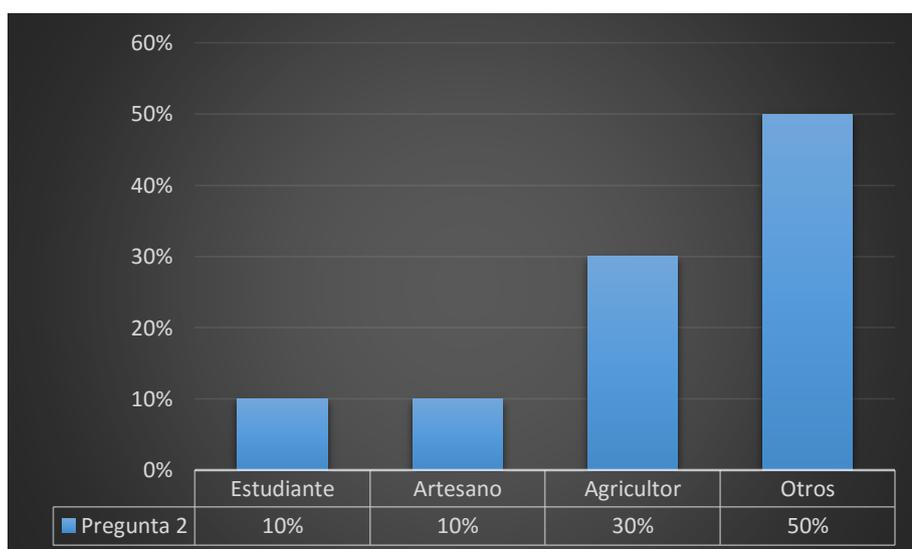
Pregunta 2

Ocupación	Personas Encuestadas	Porcentaje
Estudiante	19	10%
Artesano	50	10%
Agricultor	110	30%
Otros	128	50%
Total	307	100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Figura N° 6

Pregunta 2



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: Con el desarrollo de las encuestas aplicadas en la ciudad de Quito, la ocupación con un mayor porcentaje es la opción otros que representa un **50%**, seguido de un **30%** agricultor, artesano con un **10%**, y para terminar con el **10%** representa a estudiantes.

3 ¿Cuáles de los siguientes lugares turísticos cree usted que serían de mayor interés para los turistas que visitan Cotopaxi?

Tabla N° 12

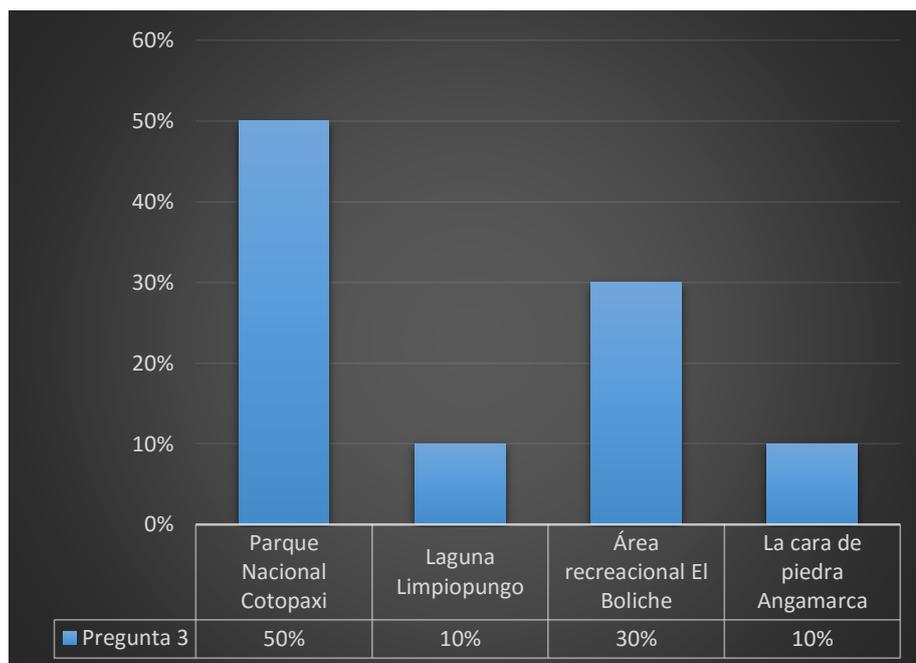
Pregunta 3

Lugares Turísticos	Personas Encuestadas	Porcentaje
Parque Nacional Cotopaxi	100	50%
Laguna Limpiopungo	60	10%
Área de recreación El Boliche	100	30%
La cara de piedra de Angamarca	20	10%
Total	307	100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Figura N° 7

Pregunta 3



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: El lugar turístico con mayor porcentaje para la población de la ciudad de Quito es el Parque Nacional Cotopaxi que representa un **50%**, por lo tanto este lugar turístico es un atractivo con mayor interés que debe ser visitado tanto por turistas nacionales y extranjeros, el **30%** representa el Área recreacional el Boliche que fue decidido por la población de Quito, seguido con un **10%** la laguna de limpiopungo, y el **10%** restante representa el lugar turístico la cara de piedra de Angamarca.

4 ¿Usted cree que el desarrollo del turismo en Cotopaxi, ha contribuido para mejorar los ingresos económicos para la población?

Tabla N° 13

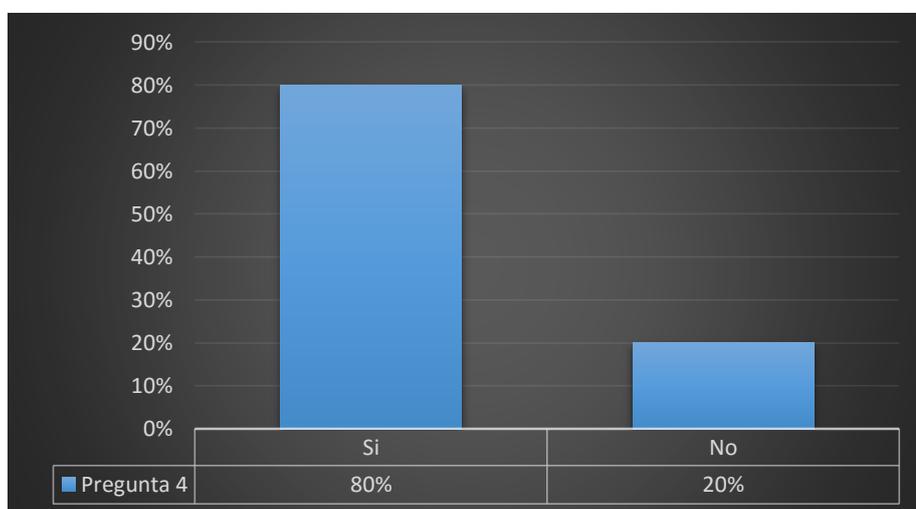
Pregunta 4

Lugares Turísticos	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	220	80%
No	87	20%
Total	307	100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Figura N° 8

Pregunta 4



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: El resultado total de la población encuestada, el **80%** representa que la actividad turística en la provincia de Cotopaxi sí ha contribuido para mejorar los ingresos económicos de la población, y el **20%** restante opinan que no ha mejorado para los ingresos de la población de Cotopaxi.

5 ¿Qué tipo de turismo considera usted que se realiza en la provincia de Cotopaxi?

Tabla N° 14

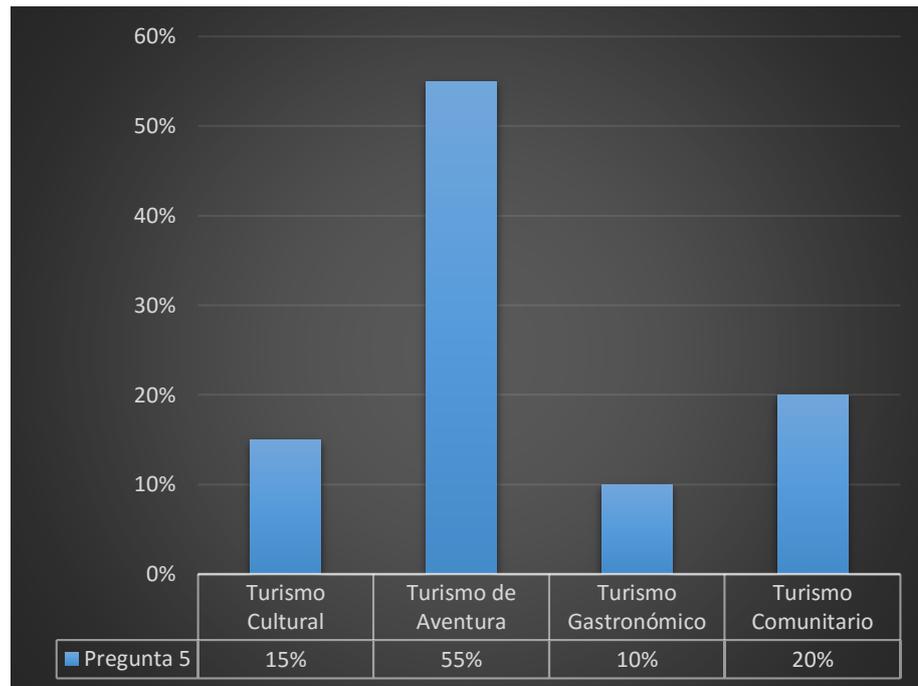
Pregunta 5

Tipo de turismo	Personas Encuestadas	Porcentaje
Turismo Cultural	120	15%
Turismo de Aventura	140	55%
Turismo Gastronómico	30	20%
Turismo Comunitario	17	10%
Total	307	100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Figura N° 9

Pregunta 5



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: El porcentaje mayor refleja que el **55%** de las personas encuestadas nos dan a conocer que el turismo que más se realiza en la provincia de Cotopaxi es el turismo de aventura, el porcentaje que le sigue es **20%** que representa que se realiza lo que es turismo comunitario en Cotopaxi, el **15%** representa al turismo cultural seguido del **10%** del turismo gastronómico.

6 ¿Cómo considera la infraestructura del Mercado Artesanal de Cotopaxi?

Tabla N° 15

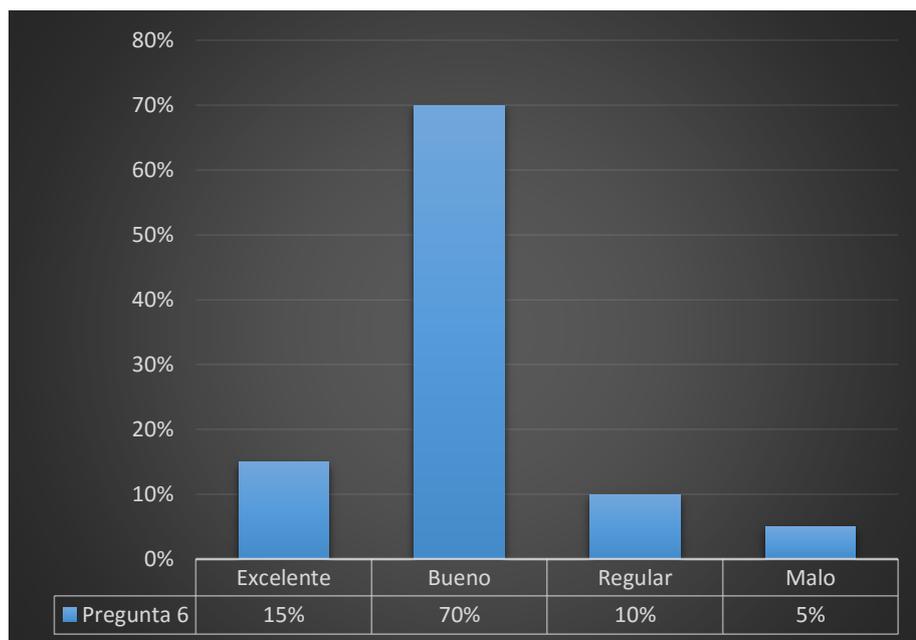
Pregunta 6

Infraestructura	Personas Encuestadas	Porcentaje
Excelente	60	15%
Bueno	200	70%
Regular	27	10%
Malo	20	5%
Total	307	100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Figura N° 10

Pregunta 6



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: El resultado de las encuestas aplicadas a las personas de la ciudad de Quito refleja que el **70%** dan a conocer que la infraestructura del Mercado Artesanal de Cotopaxi se encuentra en buen estado, el **15%** opinan que se encuentra en excelente estado la infraestructura, el **10%** piensa que se encuentra en regular estado y el **5%** opinan que se encuentran en la mal estado.

7 ¿Considera usted que las vías de acceso para llegar a la Provincia de Cotopaxi se encuentran en buen estado?

Tabla N° 16

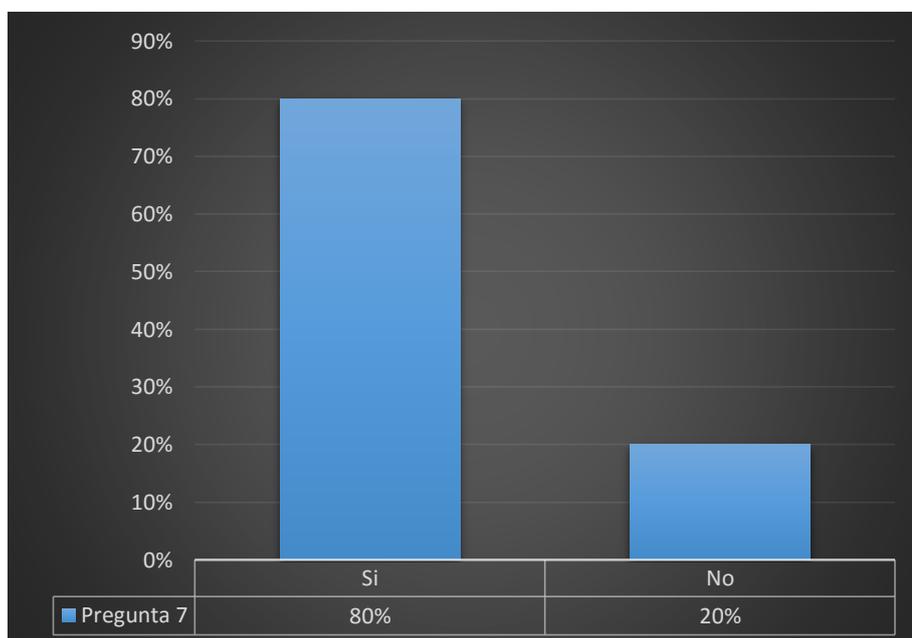
Pregunta 7

Vías de acceso en buen estado	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	280	80%
No	27	20%
Total	307	100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Figura N° 11

Pregunta 7



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: La población dio a conocer que el **80%** de las vías de acceso para llegar a la Provincia de Cotopaxi se encuentran en buen estado, mientras que el **20%** restante opinan que no se encuentran en buen estado las carreteras (vías de acceso).

8 ¿Qué beneficio considera usted que la actividad turística genera en la Provincia de Cotopaxi?

Tabla N° 17

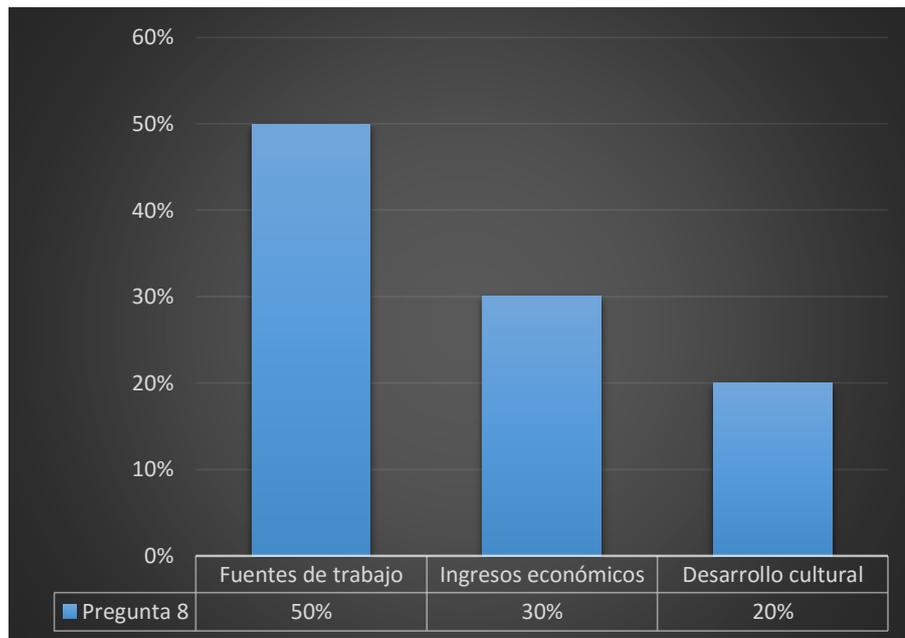
Pregunta 8

Actividad turística que se genera en la Provincia de Cotopaxi	Personas Encuestadas	Porcentaje
Fuentes de trabajo	220	80%
Ingresos Económicos	70	20%
Desarrollo Cultural	17	
Total	307	100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Figura N° 12

Pregunta 8



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: De las personas encuestadas, el **50%** piensan que la actividad turística que se genera en la Provincia de Cotopaxi es la fuente de trabajo, un **30%** opinan que son los ingresos económicos, y el **20%** restante opinan que se da en el desarrollo cultural.

9 ¿Considera usted que el mercado artesanal de Cotopaxi es un atractivo turístico que debe ser visitado por turistas nacionales y extranjeros?

Tabla N° 18

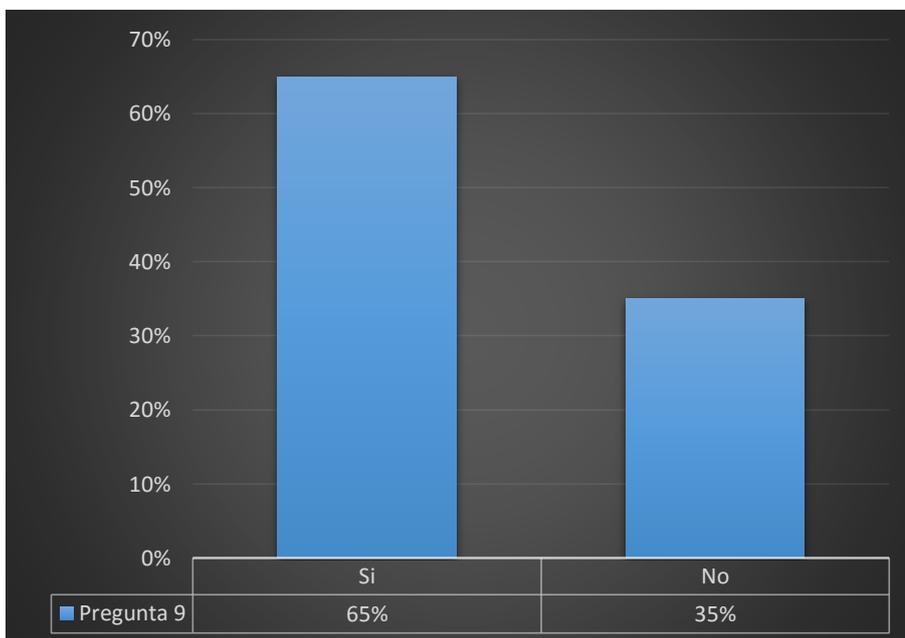
Pregunta 9

Mercado artesanal de Cotopaxi debe ser visitado por turistas	Personas Encuestadas	Porcentaje
Si	275	65%
No	32	35%
Total	307	100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Figura N° 13

Pregunta 9



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: Con un **65%** las personas encuestadas dan a conocer que el Mercado Artesanal de Cotopaxi es un atractivo turístico que pueden visitar turistas tanto nacionales como extranjeros y el **35%** opinan que no debe ser visitado el mercado.

10 ¿A través de qué medios preferiría usted recibir información?

Tabla N° 19

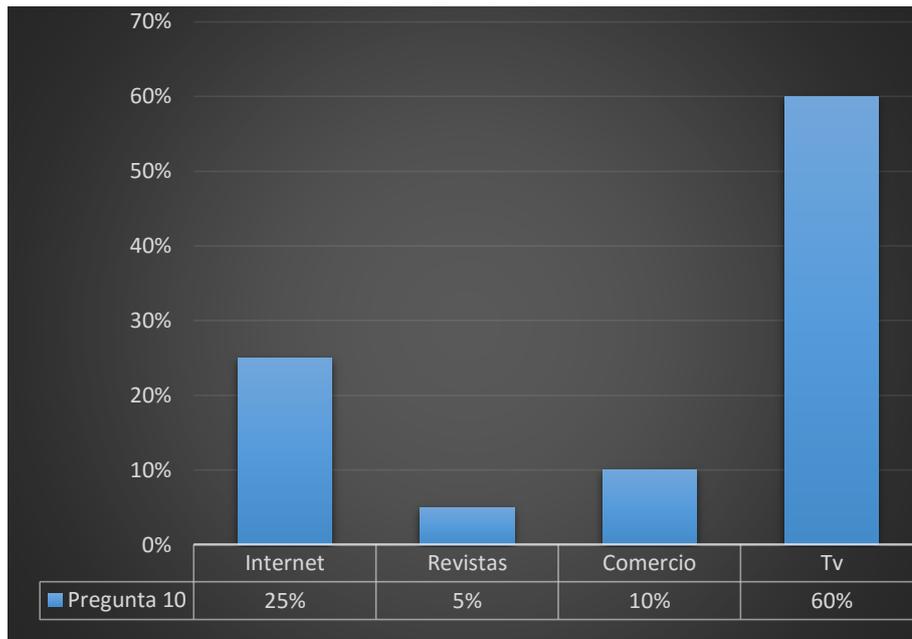
Pregunta 10

Medios para recibir información adecuada del mercado artesanal	Personas Encuestadas	Porcentaje
Internet	90	25%
Revistas	7	5%
Comercio	20	10%
Tv	190	60%
Total	307	100%

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Figura N° 14

Pregunta 10



Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Análisis: El resultado obtenido con respecto a esta pregunta que es relacionada con los medios de comunicación para poder recibir información acerca del Mercado Artesanal de Cotopaxi, las personas encuestadas opinan que el **60%** es el medio de TV, seguido del internet con un **25%**, el **10%** opinan que se dé a conocer por medio del comercio, y el **5%** restante prefieren que se distribuya la información por medio de revistas.

5.02 Descripción (de la herramienta y metodología que propone la solución)

En el desarrollo de mi proyecto de grado se va a realizar una ruta turística artesanal de la provincia de Cotopaxi, con la finalidad de dar a conocer este lugar a los turistas nacionales y extranjeros que visiten nuestro país, dar a conocer los diferentes tipos de orfebrerías que realizan los maestros artesanos y conocer el significado que tienen en su elaboración y también conocer cuáles son las artesanías que más sobresalen en este mercado artesanal.

Este proyecto se llevará a cabo con el apoyo de las autoridades del ITSCO y también con la ayuda de mi tutor, lo más principal en el desarrollo de la tesis es hacer la elaboración de la ruta turística, con diferentes puntos a visitar en el recorrido del mismo como pueden ser; sitios atractivos, comidas típicas que vamos a encontrar en el transcurso del camino.

Esto se podrá realizar gracias al aprendizaje que hemos recibido en el transcurso de nuestra carrera, poniendo en práctica las competencias que hemos recibido en el transcurso de nuestro estudio.

Para poder difundir este proyecto voy a utilizar el medio de comunicación que ahora es el que más se utiliza que es el Internet, mediante el cual se elaborará una página web, dando a conocer el lugar de este mercados y mostrar las diferentes orfebrerías que se elaboran en Cotopaxi.

Fuentes de Tesalia (Machachi)



Grafico N° 1

Fuente: Municipio de Mejía

Origen

Su nombre viene de la palabra alemana Gütig, que significa bondadoso.

Ubicación

Se encuentra a 4,4 Km. de la ciudad de Machachi, cantón Mejía de la provincia de Pichincha, en las instalaciones de Tesalia Springs Co.

Un lugar que atrae a los turistas, son las fuentes de Tesalia, agua de origen volcánico, brindan aguas aciduladas magnésicas, ricas en anhídrido carbónico, bicarbonatos y sales que permiten destruir los gérmenes patógenos y curan ciertos males del tubo digestivo y de la piel. Además, normalizan el funcionamiento nervioso y muscular. El agua de Gütig, llamada "*un milagro de la naturaleza*", se comercializa en todo el país.

Clima

La temperatura del agua en las Fuentes de Tesalia es de 13° C. lo que significa que es relativamente fría pero bondadosa y curativas

Esta milagrosa agua proviene de los deshielos y vertientes del Cotopaxi, los Illinizas y el Pasochoa, volcanes ubicados en los Andes Ecuatorianos, cuyas aguas penetran en la tierra y en forma subterránea recorren caminos desconocidos enriqueciéndose en su andar de minerales, para brotar finalmente en las fuentes de THE TESALIA SPRINGS CO.



Los Minerales en Güitig son: Calcio, Magnesio, Bicarbonato de sodio, Sílice

Área de recreación el Boliche



Grafico N° 2

Fuente: (Stockphoto Ecuador, 2016)

Ubicación

Se encuentra ubicado junto al Parque Nacional Cotopaxi, en la parroquia de Mulalo, a 27 km. de Machachi y 44 km. de Latacunga. (viajandox Ecuador, 2014)

En el Área de Recreación el Boliche se distinguen 2 zonas de vida: Bosque húmedo Montano y Bosque muy húmedo. (viajandox Ecuador, 2014)

Esta área de recreación se encuentra dentro del Sistema de Páramos por su vegetación.

Las actividades que podemos disfrutar dentro de esta área de recreación son los siguientes:

Caminatas: Se puede caminar por los bosques, disfrute de ruinas milenarias o deléitese con la vida silvestre observando, sobre todo la observación de ave (viajandox Ecuador, 2014)

La pesca: es una gran opción, excursione las poco profundas aguas transparentes de los ríos que bajan directamente de los manantiales del glacial. (viajandox Ecuador, 2014)

La Sunfana: allí existe un mirador desde el cual se puede contemplar al volcán Cotopaxi. (viajandox Ecuador, 2014)

Laguna de Quilotoa



Grafico N° 3

Fuente: (Destino Ecuador, 2013)

La laguna de Quilotoa está ubicada a 66 kilómetros al sur de la ciudad de Latacunga, en la parroquia de Zumbahua y forma parte de la Reserva Ecológica Los Ilinizas, situada a 3800 metros sobre el nivel del mar.

La laguna de Quilotoa, con un diámetro aproximado de 3 kilómetros y una profundidad promedio de 240 metros, se aloja en el cráter formado por las violentas erupciones del volcán del mismo nombre, ubicado en las vertientes del río Toachi. Su nombre proviene de dos vocablos quichuas "quiru" que quiere decir diente y "toa" que significa reina debido a la forma de la laguna, El descenso al lago toma 30 min. Y el regreso 1 h.

En los alrededores de la laguna Quilotoa se puede observar especies animales como son: el lobo de páramo, zorro, conejos, el venado, la cervicabra, entre otras especies. (ecos travel, 2016)

Saquisilí



Grafico N° 4

Fuente: (Saquisilí, 2010)

El nombre Saquisilí quiere decir "deje aquí". La población se encuentra a 11 km. en el norte de Latacunga. La agricultura y la ganadería son sus renglones de producción importantes. El folclore con sus danzantes es muy rico y tienen fama las ferias de Saquisilí de los días jueves que congregan a los indígenas de los alrededores con sus productos agrícolas y artesanales.

El alegre pueblo de Saquisilí le brindará una variedad exquisita de artesanías y vivencias en sus mercados que toman vida en ocho coloridas plazas, cada una de las cuales provee diferente mercadería e interesantes objetos de las comunidades indígenas de la región.

Un lugar que lo cautivará por sus colores, costumbres, paisajes y por la amabilidad de sus moradores.



Entre las comidas típicas del Cantón Saquisilí se destaca lo que son: Cuy asado, Mote y hornado y las tortillas de maíz. (Viajando x Ecuador, 2014)

Tabla N° 20**Itinerario****Día 1**

N°	Actividades	Hora
1	Encuentro en la Plaza Quitumbe	7:30 am
2	Salida a Machachi (Fuentes de Tesalia)	8:00 am
3	Llegada a las fuentes de Tesalia	9:00 am
4	Salida al Área de recreación el Boliche	10:00 am
5	Llegada al área de recreación el Boliche	11:00 am
6	Almuerzo (Café de la Vaca)	13:00 pm
7	Salida rumbo a la Laguna de Quilotoa	14:00 pm
8	Llegada a la Laguna de Quilotoa Ubicación de habitaciones en Hostal Chukirawa	16:30pm
9	Caminata al interior del cráter	17:00 pm
10	Cena (hostal Chukirawa) Pernoctación	19:30 pm

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Tabla N° 21

Itinerario

Día 2

N°	Actividades	Hora
1	Desayuno (hostal Chukirawa)	7:00 am
2	Salida rumbo a Saquisilí	8:00 am
3	Llegada a Saquisilí (Compras de artesanías)	10:30 am
4	Almuerzo (El Rincón del Baquita)	12:30 pm
5	Salida rumbo a Latacunga	13:30 pm
6	Llegada a Latacunga (City Tour 1h)	14:15 pm
7	Retorno a la Ciudad de Quito	15:00 pm

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

Tabla N° 22

Costo del Paquete

Pax= 15

Guía= 1

Cuentas	V. Neto Unitario	Iva 12%	Imp. Serv. 10%	C. unitario total	C. Grupal total	Total
Alojamiento + desayuno	\$ 15.00	\$ 1.80	\$1.50	\$ 18.30	\$ 274.50	\$ 274.50
Guía	\$ 50.00	\$ 6.00		\$56.00	\$56.00	\$112.00
Desayuno	\$3.00	\$0.36	\$0.30	\$3.66	\$54.90	\$54.90
Almuerzo	\$3.00	\$0.36	\$0.30	\$3.66	\$54.90	\$54.90
Cena	\$3.00	\$0.36	\$0.30	\$3.66	\$54.90	\$54.90
Transporte	\$80.00			\$80.00	\$160.00	\$160.00
Entrada a la tesalia (Adulto)	\$4.00	\$0.48		\$4.48	\$67.20	\$67.20
Entrada laguna Quilotoa	\$5.00	\$0.60		\$5.60	\$84.00	\$84.00
					Costo total	\$864.40
					Imprevisto 5%	\$43.12
					Utilidad 15%	\$129.66
					Precio de Venta	\$1037.18
					Costo unitario	\$57.70
					Precio unitario	\$69.15

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz.

CAPITULO VI

6.0 Aspectos Administrativos

6.0.1 Recursos

Los recursos necesarios que se ha utilizado para poder realizar la creación de la ruta turística artesanal de Cotopaxi fueron los que se detallan a continuación:

Recursos Humanos

- Tutor de proyecto
- Autoridades ITSCO
- Investigador (estudiante)
- Turistas Nacionales

Recursos Materiales

- Encuestas
- Internet
- Impresora
- Libros
- Diccionarios
- Cuaderno de apuntes
- Hojas de papel bond
- Carpeta perfil
- Tinta de impresora
- Esfero
- Lápiz

Recursos Tecnológicos

- Computadora de escritorio
- Flash memory
- Celular
- Cámara/ Filmadora
- Calculadora
- Internet
- Microsoft Word

6.02 Presupuestos

Tabla N° 23

Elaboración de la tesis

Recursos	Precio
Copias	\$ 20.00
Transporte	\$ 15.00
Internet (google, otro tipo de buscadores en internet)	\$ 10.00
Anillados	\$ 8.00
Empastado	\$ 35.00
Seminario ITSCO	\$ 780.00
Total	\$ 868.00

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz

Tabla N° 24

Aplicación de la propuesta

Insumo	Precio
Trípticos	\$ 20.00
Creación de una página web	\$ 35.00
Total	\$ 55.00

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz

6.03 Cronograma

Actividad	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Presentación del tema	X																															
Aprobación del tema			X																													
Capítulo I					X																											
Capítulo II						X																										
Capítulo III								X																								
Capítulo IV									X																							
Capítulo V										X																						
Capítulo VI											X																					
Capítulo VII													X																			
Sustentación del proyecto																				X									X			

Elaborado por: Mayra Quishpe Muñoz

CAPITULO VII

7.00 Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- Con la realización de este proyecto podemos deducir que el problema en general y más común es la ausencia de turistas nacionales y extranjeros en el mercado artesanal de Cotopaxi, esto es provocado por la falta de difusión turística del sitio, por lo cual el objetivo para realizar este proyecto es aprovechar los recursos naturales y culturales.
- Los diferentes tipos de orfebrerías que tiene este mercado artesanal son muy importantes porque a través de ellos se puede demostrar el gran trabajo que realizan los artesanos y algunos de ellos expresan algo muy importante en sus vidas.
- Con la elaboración de esta ruta turística artesanal, todo turista tanto nacional como extranjero tendrán muy en cuenta que las artesanías se las fabrica con mucha dedicación y paciencia por parte de los artesanos que viven en Cotopaxi.

7.02 Recomendaciones

- Es importante poder entregar la ruta turística a los maestros artesanos del mercado de Cotopaxi.
- Distribuir en agencias de viajes, que estén interesados en mi propuesta y aplicarlo a un paquete turístico para dar a conocer los diferentes tipos de orfebrerías que existen en Cotopaxi.
- Difundir toda la información necesaria en redes sociales para que el mercado artesanal de Cotopaxi cuente con afluencia de visitantes nacionales como extranjeros.
- Desarrollar proyectos innovadores para dar a conocer el mercado artesanal existente en Cotopaxi.



Oficio N° 0126-GADMICS-A
Saquisilí, 19 de mayo de 2016

Señores
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
Presente.-

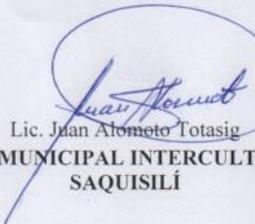
De mi consideración:

Me complace dirigirme a usted para hacerle llegar un cordial saludo a nombre del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Intercultural del cantón Saquisilí, que tengo a bien presidir.

En atención al Oficio S/N de fecha 19 de mayo de 2016, suscrita por la señorita Mayra Alejandra Quishpe Muñoz, portadora de la cedula de ciudadanía No.- 1718426842, estudiante del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, mediante el cual solicita la Carta de Auspicio para la elaboración de la Tesis con el tema denominado "Creación de la Ruta Turística Artesanal de la Provincia de Cotopaxi con la Finalidad de Incrementar la afluencia de visitantes", al respecto; por medio de la presente me permito manifestar que el GAD Municipal Intercultural del cantón Saquisilí, prestará las facilidades para proporcionar la información que requiera la señorita estudiante antes mencionada.

Hago propicia la ocasión para reiterarle los sentimientos de consideración y particular estima.

Atentamente,


Lic. Juan Alomoto Totasig

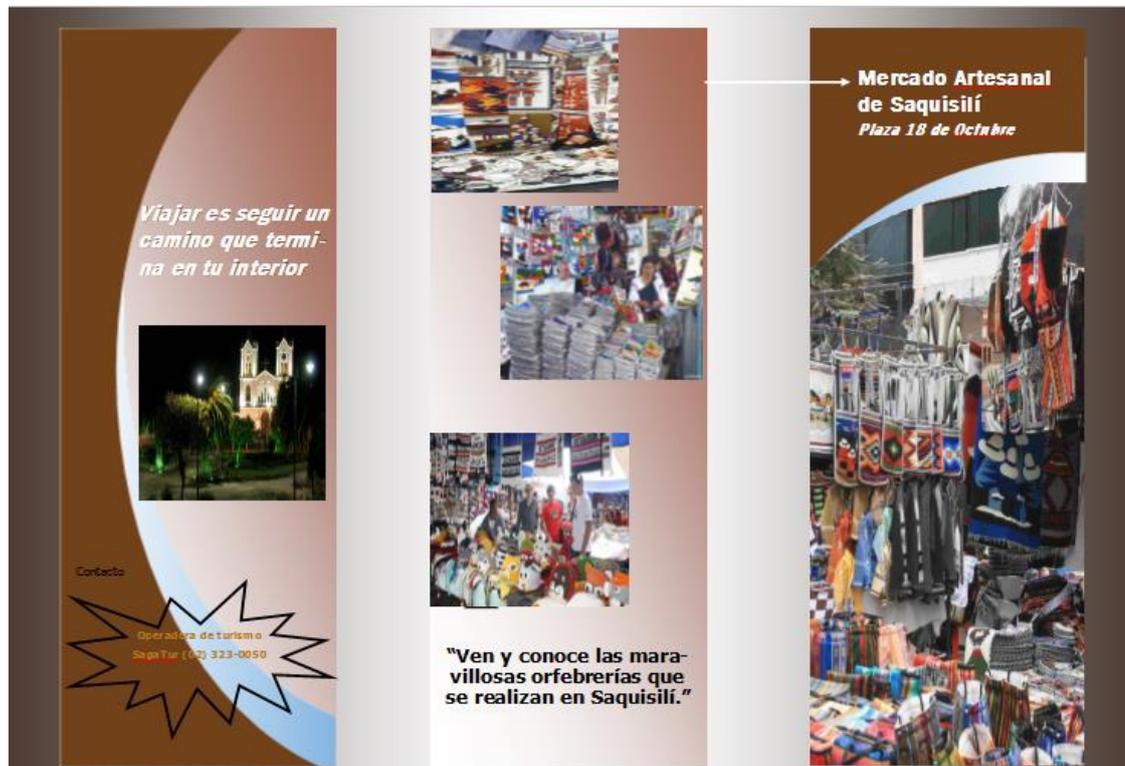
**ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL INTERCULTURAL DEL CANTÓN
SAQUISILÍ**

SG/jc
cc. Archivo



ANEXOS

Tríptico de información del Cantón Saquisilí



Anexo N° 1 Tríptico Saquisilí portada delantera

Saquisilí

El cantón Saquisilí está situado en la Provincia de Cotopaxi, sierra central del Ecuador. El 65% de la población es indígena y, el 35% población mestiza

Ubicación geográfica

Tour

Día 1

- Encuentro Plaza Quitumbe 7:30 am
- Salida a Machachi (Fuentes de Tesalia) 8:00 am
- Llegada a las fuentes de Tesalia 9:00 am
- Salida al Área de recreación el Boliche 10:00 am
- Llegada al área de recreación el Boliche 11:00 am
- Almuerzo (Café de la Vaca) 13:00 pm
- Salida rumbo a la Laguna de Quilotoa 14:00 pm
- Llegada a la Laguna de Quilotoa
- Ubicación de habitaciones en Hostal Chukirawa 16:30 pm
- Caminata al interior del cráter 17:00 pm

- Cena (hostal Chukirawa) pernoctación 19:30 pm

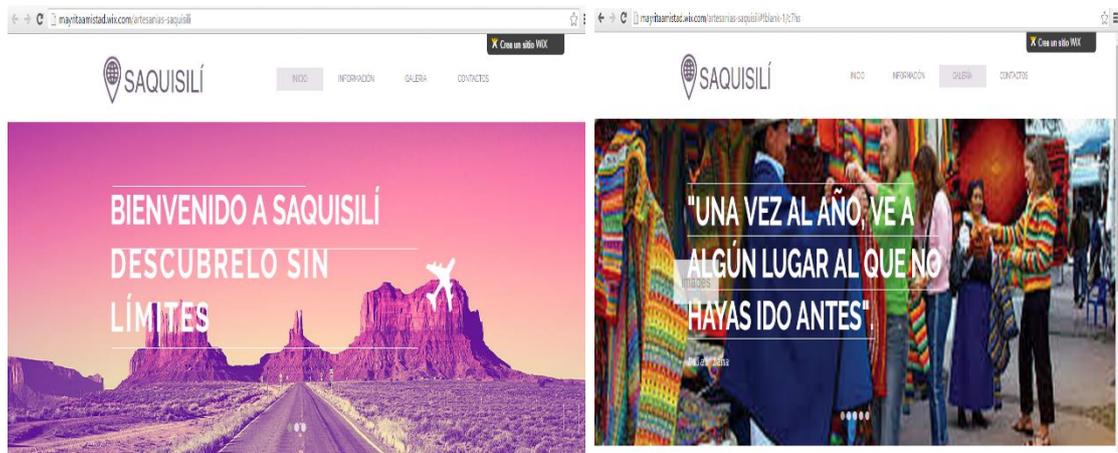
Día 2

- Desayuno (hostal Chukirawa) 7:00 am
- Salida rumbo a Saquisilí 8:00 am
- Llegada a Saquisilí (Compras de artesanías) 10:30 am
- Almuerzo (El Rincón del Baquita) 12:30 pm
- Salida rumbo a Latacunga 13:30 pm
- Llegada a Latacunga (City Tour 1h) 14:15 pm
- Retorno a la Ciudad de Quito 15:00 pm

\$ 69.15

Anexo N°2 Tríptico Saquisilí parte trasera

Página Web Saquisilí



Anexo N° 3 Página Web Saquisilí

CREACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI, CON LA FINALIDAD DE INCREMENTAR LA AFLUENCIA DE VISITANTES.

CUESTIONARIO PARA LOS POBLADORES DE LA CIUDAD DE QUITO

Anexo N° 4 cuestionario para los pobladores de la ciudad de Quito

Esta encuesta se ha ejecutado con la finalidad de conocer su opinión y punto de vista acerca de la actividad turística que se realiza en la provincia de Cotopaxi (mercado artesanal). Con el propósito de elaborar de una ruta turística. Por favor marque con la respuesta según corresponda.

1. Datos generales

Género

Masculino Femenino Edad

2. ¿Cuál es su ocupación actualmente?

Estudiante Artesano Agricultor Sector turístico

Otros (especifique la ocupación).....

3. ¿Cuáles de los siguientes lugares turísticos cree usted que serían de mayor interés para los turistas que visitan Cotopaxi?

Parque Nacional Cotopaxi Laguna Limpiopungo El Área Nacional de recreación y educación ambiental El Boli La cara de piedra de Angamarca Ninguno

Otros(especifique).....

4. ¿Usted cree que el desarrollo del turismo en Cotopaxi, ha contribuido para mejorar los ingresos económicos para la población?

Si No

¿Por qué?



5. ¿Qué tipo de turismo considera usted que se realiza en la provincia de Cotopaxi?

- Turismo Cultural
- Turismo de Aventura
- Turismo Gastronomía
- Turismo Comunitario

6. ¿Cómo considera la infraestructura del Mercado Artesanal de Cotopaxi?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

7. ¿Considera usted que las vías de acceso para llegar a la Provincia de Cotopaxi se encuentran en buen estado?

- Sí
- No

¿Por qué?.....

8. ¿Qué beneficio considera usted que la actividad turística genera en la Provincia de Cotopaxi?

- Fuentes de trabajo
- Ingresos económicos
- Desarrollo cultural

Otros (explique cuales)

9. ¿Considera usted que el mercado artesanal de Cotopaxi es un atractivo turístico que debe ser visitado por los turistas nacionales y extranjeros?

- Si
- No

¿Por qué?.....

10. ¿A través de qué medios preferiría usted recibir información?

- Internet Revistas Comercio Tv

Gracias por su colaboración

Referencias Bibliográficas

- Artesanía de la Antigua Grecia*. (Octubre de 2015). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Artesan%C3%ADa_de_la_Antigua_Grecia
- Calderero, B. y. (2011). *Técnicas e Instrumentos*. Obtenido de Técnicas e Instrumentos: <http://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/instrumentos-de-investigacin-9217795>
- Cempro Planes y proyectos*. (14 de Diciembre de 2015). Obtenido de <http://www.cempro.org.pe/2011/11/definicion-del-problema-central.html>
- Definición.De*. (2008-2016). Obtenido de Finalidad: <http://definicion.de/finalidad/>
- DefiniciónABC*. (2007). Obtenido de DefiniciónABC: <http://www.definicionabc.com/general/desarrollo.php>
- DefiniciónABC*. (2007). Obtenido de DefiniciónABC: <http://www.definicionabc.com/general/creacion.php>
- DefiniciónABC*. (2007). Obtenido de DefiniciónABC: <http://www.definicionabc.com/general/ruta.php>
- Destino Ecuador*. (2013). Obtenido de Destino Ecuador: <http://www.destinoecuador.ec/lagunaquilotoa.php>
- Diccionario Enciclopédico*. (2003). Grupo Oceano.
- Diccionario Enciclopédico*. (2003). Barcelona (Epaña): Grupo Oceano.
- ecos travel*. (2016). Obtenido de ecos travel: <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/laguna-de-quilotoa.php>
- Investigación de mercados*. (5 de Diciembre de 2015). Obtenido de Investigación de mercados: https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados
- Maldonado, S. (29 de Agosto de 2003). *Historia de la Artesanía*. Obtenido de http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1000187605/-1/Historia_y_realidad_comercial_de_las_artesan%C3%ADas_de_Otavalo.html#.Vm8_qvnhDIU
- Saquisilí*. (27 de Marzo de 2010). Obtenido de Saquisilí: <http://www.cotopaximagazine.com/images/revistas/cantonsaquisili.pdf>
- Stockphoto Ecuador*. (2016). Obtenido de Stockphoto Ecuador: <http://www.stockphotoecuador.com/downloads/area-nacional-de-recreacion-el-boliche/>

Stockphoto Ecuador. (2016). Obtenido de Stockphoto Ecuador:

<http://www.stockphotoecuador.com/downloads/area-nacional-de-recreacion-el-boliche/>

Valderrama. (2011). *Técnicas e Instrumentos* . Obtenido de Técnicas e Instrumentos :

<http://es.slideshare.net/oscarlopezregalado/instrumentos-de-investigacin-9217795>

Viajando x Ecuador. (2014). Obtenido de Viajando x Ecuador:

<http://www.viajandox.com/cotopaxi/saquisili-canton.htm>

viajandox Ecuador. (2014). Obtenido de viajandox Ecuador:

<http://www.viajandox.com/cotopaxi/area-recreacional-el-boliche-latacunga.htm>

Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Muestra:

<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

Wikipedia. (29 de Mayo de 2015). Obtenido de Ruta Turística:

https://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_tur%C3%ADstica