



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad De Especialidades Empresariales

Carrera De Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**“PROPUESTA DE UN PLAN INTEGRAL PARA LA DIFUSIÓN
DE LAS ARTESANÍAS ÍCONOS DEL ECUADOR EN LA
PLANTA ALTA DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL”**

PRESENTADO POR:

Nelly Priscila Quelal García

DIRECTORA DE TESIS:

Dra. Melva Lozano Véliz

Guayaquil, Diciembre del 2012

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por ser el guía permanente que ha iluminado cada paso que he dado y en especial por permitirme culminar con éxito esta etapa de mi formación académica.

Un extenso agradecimiento a mis padres, Miguel y Estela por brindarme su amor, consejos y apoyo incondicional en cada etapa transcurrida, estoy segura de que cada logro alcanzado es una satisfacción y orgullo para ustedes. Gracias por confiar en mis capacidades y por ser los pilares fundamentales en mi vida, sembrando valores y principios que estarán presentes en todo momento y sé que han sido de mucha ayuda en mi desarrollo personal y profesional. De igual manera a mi querido hermanito Miguel, quien me ha apoyado en todo y a la vez agradezco el poder ser ejemplo para él. Ustedes son la motivación que me mueve a seguir alcanzando metas.

Expreso mi gratitud hacia la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, en particular a la carrera de Ingeniería en Administración de empresas Turísticas y Hoteleras por abrirme las puertas de esta prestigiosa institución, la cual está comprometida a formar jóvenes de bien.

Un agradecimiento especial a mi Directora de tesis, la Dra. Melva Lozano, por su tiempo y conocimientos brindados a lo largo del desarrollo de este proyecto. Del mismo modo a mis profesores universitarios por compartir sus enseñanzas y experiencias en toda esta etapa.

Y finalmente pero no menos importante a mis familiares y amigos que han estado siempre pendiente y alentándome para seguir adelante.

Priscila Quelal García

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios,
mis padres,
hermano,
familiares y amigos,
por darme su apoyo incondicional en todo momento.

Priscila Quelal García



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante QUELAL GARCIA NELLY PRISCILA como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS.**

Guayaquil, diciembre del año 2012

DIRECTOR DE TESIS

Dra. Melva Lozano Véliz

REVISOR DE CONTENIDO:

Ing. José Medina Crespo, Mgs

REVISOR METODOLÓGICO:

Ing. Eduardo Guzmán Barquet, MBA

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nelly Priscila Quelal García

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado "PROPUESTA DE UN PLAN INTEGRAL PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ARTESANÍAS ÍCONOS DEL ECUADOR EN LA PLANTA ALTA DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

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

Guayaquil, diciembre del año 2012

LA AUTORA

Nelly Priscila Quelal García



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

AUTORIZACIÓN

Nelly Priscila Quelal García

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: "PROPUESTA DE UN PLAN INTEGRAL PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ARTESANÍAS ÍCONOS DEL ECUADOR EN LA PLANTA ALTA DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL", cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

LA AUTORA

Nelly Priscila Quelal García

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	13
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
3. OBJETIVOS.....	16
3.1. OBJETIVO GENERAL.....	16
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
4. MARCO TEÓRICO	17
4.1. MERCADOS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.....	25
4.1.1. Centro Comercial y Artesanal Machala (C.C.A.M.).....	25
4.1.2. Mercado Artesanal Malecón 2000	26
4.1.3. Mercado Artesanal “Guayaquil” (M.A.G.).....	26
5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	27
6. METODOLOGÍA	27
7. JUSTIFICACIÓN	29
8. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	30
8.1. TAMAÑO DE MUESTRA	31
8.2. TIPO DE MUESTREO A UTILIZAR	33
8.3. TÉCNICAS PARA LA RECOGIDA DE DATOS O TRABAJO DE CAMPO	34
8.3.1. Entrevista.....	34
8.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS/INFORMACIÓN	37
8.5. TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS	38
9. ESTUDIO TÉCNICO-INSTITUCIONAL	48
9.1. ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL	48
9.2. ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE ARTESANOS “20 DE JULIO”	49
9.3. OFERTA ARTESANAL EN EL MERCADO ARTESANAL “GUAYAQUIL”	50
9.4. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA VISITA AL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL.	53

9.5. DIFUSIÓN ACTUAL DE ARTESANÍAS EN EL MERCADO ARTESANAL	
GUAYAQUIL	53
9.6. PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA EN EL M.A.G.	56
9.7. PRODUCTOS DE MENOR DEMANDA EN EL M.A.G.	57
10. PROPUESTA PARA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN ARTESANAL EN EL	
MERCADO ARTESANAL “GUAYAQUIL”	58
10.1. LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA	58
10.2. ANÁLISIS FODA DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL	59
10.3. SELECCIÓN DE ARTESANÍAS ÍCONOS A DIFUNDIR	61
10.3.1. El Poncho doble cara de Otavalo	61
10.3.2. La Candonga de filigrana Chordelense	62
10.3.3. Artesanías talladas en madera	63
10.3.4. El Sombrero fino de Paja Toquilla de Montecristi.....	65
10.4. ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN ARTESANAL	66
11. ANÁLISIS FINANCIERO	76
11.1. INVERSIÓN INICIAL	76
11.2. BALANCE INICIAL	77
11.3. HONORARIOS DE INVESTIGADORA	78
11.4. PRESUPUESTO	79
11.5. ANÁLISIS DE IMPACTOS	80
11.5.1. Económico.....	80
11.5.2. Socio – cultural	81
11.5.3. Ambiental.....	82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	
ANEXOS	

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. MODELO TEÓRICO DEL ENFOQUE ESTRUCTURAL DE HALL	24
GRÁFICO 2. RESULTADO DE CONSIDERACIÓN DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL COMO SITIO TURÍSTICO	38
GRÁFICO 3. RESULTADO DE CONSIDERACIÓN DE ARTESANÍAS COMO PARTE DE LA CULTURA DEL ECUADOR	39
GRÁFICO 4. RESULTADO DE MAYOR INTERÉS CULTURAL A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN DE ARTESANÍAS	40
GRÁFICO 5. RESULTADO DE INFLUENCIA DE LA PROMOCIÓN EN LA COMPRA DE ARTESANÍAS	41
GRÁFICO 6. RESULTADO DE CONOCIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS, PROCEDENCIA Y ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS.....	42
GRÁFICO 7. RESULTADO DE INFORMACIÓN QUE SE RECIBE POR PARTE DE COMERCIANTES DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL SOBRE LAS ARTESANÍAS	44
GRÁFICO 8. RESULTADO DE DEMANDA DE LOS TIPOS DE ARTESANÍAS.....	45
GRÁFICO 9. RESULTADO DE CONOCIMIENTO DE ÍCONOS ARTESANALES ECUATORIANOS	47
GRÁFICO 10. ORGANIGRAMA DE LA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE ARTESANOS 20 DE JULIO.....	49

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. LÍNEAS DE PRODUCTOS Y VARIEDADES DE PRODUCTOS ESPECÍFICOS DEL ECUADOR.....	23
TABLA 2. RESULTADO DE CONSIDERACIÓN DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL COMO SITIO TURÍSTICO.	38
TABLA 3: RESULTADO DE CONSIDERACIÓN DE ARTESANÍAS COMO PARTE DE LA CULTURA DEL ECUADOR	39

TABLA 4. RESULTADO DE MAYOR INTERÉS CULTURAL A TRAVÉS DE LA DIFUSIÓN DE ARTESANÍAS	40
TABLA 5. RESULTADO DE INFLUENCIA DE LA PROMOCIÓN EN LA COMPRA DE ARTESANÍAS	41
TABLA 6. RESULTADO DE CONOCIMIENTO DE MATERIAS PRIMAS, PROCEDENCIA Y ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS.....	42
TABLA 7. RESULTADO DE INFORMACIÓN QUE SE RECIBE POR PARTE DE COMERCIANTES DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL SOBRE LAS ARTESANÍAS	43
TABLA 8. RESULTADO DE DEMANDA DE TIPOS DE ARTESANÍAS.....	45
TABLA 9. RESULTADO DE CONOCIMIENTO DE ÍCONOS ARTESANALES ECUATORIANOS .	46
TABLA 10. TIPOS DE ARTESANÍAS DE MAYOR DEMANDA EN EL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL	56
TABLA 11. TIPOS DE ARTESANÍAS DE MENOR DEMANDA EN EL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL	57
TABLA 12. INVERSIÓN INICIAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	76
TABLA 13. BALANCE INICIAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	77
TABLA 14. PRESUPUESTO Y GANANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	79

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. EVENTOS DE DANZA FOLCLÓRICA EN PLAZOLETA DE LA PLANTA ALTA DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL.....	48
FIGURA 2. OFERTA ARTESANAL EN EL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL.....	50
FIGURA 3. INICIATIVA DE BRINDAR INFORMACIÓN SOBRE LA TAGUA	54
FIGURA 4. CÓDIGO QR DE GUAYAQUIL MÓVIL GUÍA TURÍSTICA VIRTUAL.....	55
FIGURA 5. MENÚ PRINCIPAL DE GUAYAQUIL MÓVIL	55
FIGURA 6. EXTERIORES DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL	59
FIGURA 7. PARTES DE LA CANDONGA CHORDELENSE	63
FIGURA 8. FIGURAS TALLADAS EN MADERA ELABORADAS EN SAN ANTONIO DE IBARRA	64

FIGURA 9. SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA	65
FIGURA 10. PROPUESTA DE DISEÑOS DE MURALES INFORMATIVOS DE TRES ARTESANIAS ÍCONOS DEL ECUADOR	67
FIGURA 11. PROPUESTA DE DISEÑO CON INFORMACIÓN DE LA CANDONGA CHORDELENSE	68
FIGURA 12. PROPUESTA DE DISEÑO CON INFORMACIÓN DE LA ARTESANÍAS TALLADAS EN MADERA	69
FIGURA 13. PROPUESTA DE DISEÑO CON INFORMACIÓN DEL PONCHO DOBLE CARA DE OTAVALO.....	70
FIGURA 14. MODELO DE PROPUESTA PARA PONER LCD PARA PROYECTAR VIDEOS DE ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS.....	71
FIGURA 15. PROPUESTA DE BANNERS DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL.....	72
FIGURA 16. PROPUESTA DISEÑO TRÍPTICO PARTE EXTERNA	74
FIGURA 17. PROPUESTA DISEÑO TRÍPTICO PARTE INTERNA	75

Resumen

El plan integral de difusión de artesanías íconos del Ecuador, es una propuesta nueva que surge de la necesidad de dar a conocer ciertas artesanías que no han sido muy conocidas y que son íconos del país, con el propósito de complementar la visita al Mercado Artesanal “Guayaquil”. El lugar en mención es el más concurrido por turistas locales y extranjeros para la compra de artesanías ecuatorianas en la ciudad de Guayaquil, sin embargo, sólo se han dedicado a la comercialización de las mismas, sin dar información de modo que se incentive a conocer, adquirir y rescatar la esencia cultural que éstas representan. Este proyecto de tesis busca fortalecer las riquezas artesanales con las que goza el Ecuador a través de una información atractiva de la procedencia, técnicas de elaboración o valor cultural de ciertas artesanías íconos, en donde además se aprecie el esfuerzo de los artesanos, quienes con sus hábiles manos han plasmados en ellas, la cultura e identidad de los pueblos ecuatorianos, aportando así al desarrollo turístico y cultural de la ciudad.

Palabras claves: artesanías, promoción artesanal, desarrollo cultural.

Abstract

The plan for dissemination of Ecuadorian handicrafts icons, is a new proposal that arises from the need of knowing about Ecuadorian crafts which are icons of the country and are not well known, in order to improve the visit to the Mercado Artesanal "Guayaquil". This is the most popular place in Guayaquil that is visited by local and foreign tourists for buying Ecuadorian handicrafts. However, the mention market has been dedicated just to sell crafts, without giving information that incentive the visitors to learn, buy and rescue the cultural essence that handicrafts represent. This project tries to strengthen the Ecuadorian artisanal riches, showing through attractive information about the origins, processing techniques or cultural value of some important crafts. Also to appreciate the effort of Ecuadorian artisans, who have been capture into them, the culture and identity of Ecuadorian people, to contribute to the touristic and cultural development of the city.

Key words: handicrafts, craft promotion, cultural development

1. INTRODUCCIÓN

A través de los años, la ciudad de Guayaquil se ha convertido en un destino turístico para propios y extranjeros, siendo ésta, sede de ferias y eventos importantes tanto nacionales como internacionales. Guayaquil ha entrado en una fase de renovación y modernización contando con una variada oferta turística en donde realizar compras de artesanías es una de las tantas alternativas que brinda la ciudad.

De acuerdo al artículo publicado en el diario El Universo (2010), el Mercado Artesanal “Guayaquil”, el “Centro Comercial y Artesanal Machala” y el Mercado Artesanal “Malecón 2000” son los tres mercados artesanales en la ciudad de Guayaquil destinados para que los turistas locales y extranjeros realicen compras de artesanías ecuatorianas.

De los tres mercados mencionados, el diario El Nuevo Empresario (2009) afirma que el sitio más concurrido por guayaquileños y turistas para la adquisición de objetos artesanales es el Mercado Artesanal “Guayaquil”, debido a que abre sus puertas al público todos los días con un horario extendido y además ofrece programas culturales. Sin embargo, a pesar de ser el más visitado y de disponer de una amplia variedad artesanal provenientes de todos los rincones del Ecuador, en el lugar no se brinda información atractiva de tal manera que genere interés por conocer de artesanías íconos del país.

Uno de los factores que influye en el desconocimiento de las artesanías, es debido a que los visitantes se dedican exclusivamente a la compra, dejando de lado la motivación por conocer información de la procedencia, elaboración o significado cultural que estos objetos representan.

La investigación pretende realizar un plan que permita difundir y dar a conocer las artesanías íconos ecuatorianas de manera que se dé un valor agregado a la visita del Mercado Artesanal “Guayaquil”. A su vez pretende que al momento de adquisición de objetos artesanales, no sólo lo aprecien como un recuerdo sino que se

reconozcan el valor cultural y el esfuerzo de los artesanos ecuatorianos, buscando así aportar al desarrollo turístico y cultural de la ciudad. Para ello, se ha tomado como referencia ciertos estudios que van a servir de soporte para la presente propuesta.

Por otro lado, cabe mencionar que el grupo de trabajo de mercadeo para el PLANDETUR¹ 2020 analizó el portafolio de productos turísticos de Ecuador y ha enmarcado a los mercados y artesanías como variedades de productos específicos dentro de la línea del turismo cultural del país (Tourism & Leisure Europraxis Consulting, 2007). Es por esto que este proyecto busca fortalecer a los productos artesanales demandados y lo no tan demandado para que la visita al Mercado Artesanal Guayaquil sea complemento de los demás productos turísticos que se ofertan en la ciudad.

Con lo antes mencionado, parece ser que el Mercado Artesanal Guayaquil es un lugar propicio para desarrollar el proyecto de difusión de artesanías íconos para fortalecer el valor cultural y dar créditos a los lugares de procedencia de ciertos elementos artísticos. A su vez, incrementar los conocimientos sobre lo más representativo de las culturas, aumentando ingresos económicos a los artesanos y a los comerciantes de estos objetos.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Vásquez (2005), menciona que en las provincias del Ecuador se elaboran diferentes artesanías que por su arte y expresión, han llegado a ser muy cotizadas internacionalmente. Muchos de estos objetos llaman la atención por sus minuciosos trabajos hechos con materias primas del país y sobretodo elaborados por manos ecuatorianas, conservando técnicas de fabricación que han sido transmitidas de generación en generación. No obstante, localmente existe desconocimiento de la

¹ Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador

procedencia, elaboración o significado cultural de muchos de estos objetos, que son apreciados en el exterior, por su excelente acabado.

En el Mercado Artesanal Guayaquil se ofrece una amplia variedad de artesanías provenientes de las diferentes regiones del país, dedicándose únicamente a la comercialización de objetos artesanales, sin dar mayor información concerniente a la elaboración de las mismas. Adicional a esto, el mencionado mercado, tiene una planta alta donde se encuentran locales que son muy poco visitados debido al desconocimiento de la existencia de éstos y cuenta con un espacio que podría ser aprovechado para difundir las artesanías.

El mercado en mención es el más concurrido para realizar compras de objetos artesanales y es considerado como un ícono turístico de la ciudad, ya que en un mismo espacio, sin haber físicamente viajado se puede apreciar objetos hechos a mano que representan tradiciones y costumbres de los diferentes rincones del Ecuador. Sin embargo, la información brindada por parte de los vendedores es muy limitada con respecto a la procedencia o fabricación de éstas. De hecho, dentro del mercado se encuentra una oficina de información turística, donde se encuentra muy poca información de las artesanías contando con un tríptico que no le da valor agregado a los objetos que se comercializan, ni mucho menos genera interés cultural.

La Presidenta de la Asociación Interprofesional de Artesanos “20 de Julio”, Rosario Figueroa (2012), comenta que se han realizado festivales culturales con el fin de mostrar el folclore y darle un realce al establecimiento, sin embargo no se ha dado mayor acogida.

Uno de los factores que influyen en el desconocimiento, es el desinterés cultural, que se percibe en algunas personas. En 1994, Cuvi manifestó que los jóvenes en la actualidad no desarrollan una lectura histórica de las artesanías, sino más bien que las aprecian de una forma estética. Por eso es necesario desarrollar un plan integral de difusión cuyo objetivo sea el de transmitir información atractiva de artesanías íconos y de aquellas que no son tan conocidas, de manera que se incentive a conocer, adquirir y rescatar la esencia cultural y de pertenencia que éstos representan.

Por lo antes indicado es relevante implementar el proyecto con el fin de aportar al desarrollo cultural de propios y extraños que visiten el Mercado Artesanal Guayaquil y a través de información de artesanías más representativas, se de a conocer las diferentes manifestaciones culturales existentes en el país.

Cabe mencionar que el plan de financiamiento del proyecto va orientado específicamente en gastos de investigación de este estudio para una atractiva difusión de las artesanías íconos del Ecuador.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Desarrollar una propuesta integral enfocada a difundir artesanías íconos del Ecuador en la planta alta del “Mercado Artesanal Guayaquil” para que genere un interés cultural y de pertenencia.

3.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar los tipos y procedencia de artesanías íconos de Ecuador mediante una encuesta de los productos artesanales ecuatorianos.
- Desarrollar un estudio de mercado que muestre preferencias e información relevante sobre los mercados y el interés cultural.
- Elaborar una propuesta para la difusión de los productos artesanales íconos ecuatorianos y productos artesanales menos demandados en el “Mercado Artesanal Guayaquil”.

4. MARCO TEÓRICO

Turismo y cultura

Para De la Torre, (1980), el turismo es aquella manifestación social en donde un grupo de personas se desplazan de forma voluntaria y temporal motivadas por actividades no lucrativas de recreación, descanso, cultura o salud, en donde se genera una importante integración económica y cultural.

Es por eso que se afirma que los aspectos culturales han ido de la mano con los turísticos debido a que el turismo ha sido un fenómeno social de extensa tradición. Según Lavour, (1974), los primeros en andar de un sitio a otro con el objetivo de conocer y ver curiosidades fueron los peregrinos mientras los que realizaban romerías eran quienes iban con un fin religioso, no obstante, las motivaciones de viajes no fueron la admiración de artes ni lo monumental en los primeros periodos del turismo.

Flores (2007), señala que durante el desarrollo turístico en las décadas de los 50 hasta los 70, los principales motivos de viajes eran por descanso y diversión, sin embargo entrando a los años 80 los turistas comenzaron a cambiar las motivaciones en sus viajes, siendo estos tan diversos como los de deporte, negocios, por interés cultural, realizar compras, entre otros. Debido a los numerosos motivos de viajes, se tuvo que segmentar el mercado del turismo de manera que el turista se sienta satisfecho de acuerdo a sus necesidades, tomando en cuenta estas variables al momento de cambiar o elaborar productos turísticos.

Por ello, el turismo cultural forma parte de la segmentación del turismo, para Gornés (1997), el turismo cultural es un tipo de turismo que tiene por finalidad conocer monumentos, sitios históricos y situaciones culturales variadas de un área específica.

Por otro lado, en un estudio del turismo cultural en Palma se concluyó que el flujo de turistas que visitan el territorio se sintieron atraídos por condiciones de carácter arquitectónico y cultural, es por eso que se decidió optimizar la imagen de este

destino turístico revalorizando sus riquezas culturales y patrimoniales. También se notó el incremento de la tendencia por visitar centros culturales por parte de turistas y residentes. A su vez existe un aporte positivo al turismo por interesarse en aspectos culturales del destino, en donde la población residente ha hecho concientización de la cultura (Forcada, Freire, González, Picornell, Rojo & Rozas, 1998).

En un informe de segmentación del sistema turístico ecuatoriano realizado por Giuseppe Marzano (2011) se concluyó que el turista cultural se caracteriza por ser una persona que le interesa experimentar y respetar la comunidad local. También afirma que las actividades culturales son complemento de las otros tipos de turismo que ofrece el Ecuador.

Según el PLANDETUR 2020 (Tourism & Leisure Europraxis Consulting, 2007):

*El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, **Mercados y Artesanías**, Gastronomía, Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE – Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas. (p. 74)*

Para Herrera y Jaramillo (2011), en países que tienen una elevada tradición turística se ha venido cambiando el concepto de turismo recreativo a turismo cultural, en donde se aprende de cultura sin dejar de un lado lo recreativo, y a su vez la historia es vendida a través de lo que se plasma en el patrimonio cultural y a pesar de que en

muchos países no hay una reglamentación para el sector artesanal, existen proyectos que buscan fomentar positivamente al sector, ya sea mejorando la producción y aumentando la comercialización de las mismas.

Santos (2004), en la publicación de difusión y promoción del arte y la cultura en Veracruz, menciona que la difusión y promoción tienen diferentes conceptos, la primera palabra significa extender, divulgar, esparcir; mientras que la palabra promoción se refiere al ascenso o incremento. A pesar de esto, en este caso lo que se busca es difundir el arte y la cultura a través de programas en donde la promoción sea un eje importante.

La promoción por una parte es la que va facilitar a la acogida de bienes artísticos y culturales, incentivando a las personas a la participación del entorno de arte-cultura en donde no solamente se interese a las minorías sino que interese a todo público (Santos, 2004). En el caso de las artesanías, se podría afirmar que las personas que las adquieran, sin importar la situación económica, van a valorizar de mejor manera las artes populares.

Santos (2004), cuenta que cuando México entró al ciclo de industrialización en los años cincuenta, la presencia artística predominó en todo el mundo durante los próximos treinta años y el público no tuvo un acercamiento con el artista, sino que únicamente lo que se buscaba era el resultado creativo con el fin de resaltar el nacionalismo e identidad nacional.

Para los años ochenta, Santos (2004), expresa que se comienza a retomar actividades y eventos para impulsan al desarrollo cultural y artístico. Una vez que las actividades culturales ya estaban en auge, se comenzó a clasificar a instituciones, artistas y al público que se sienta atraído, para de esta manera promover programas con mayor acogida. En esos momentos solamente se difundía las actividades a llevarse a cabo, pero con el tiempo se acompañaba con la promoción permanente donde el objetivo es educar y durar.

Asimismo, Santos señala en el 2004 que en el puerto de Veracruz (México), los organizadores de eventos culturales se apoyaban con trípticos, dípticos, carteles, invitaciones para la difusión en donde se buscaba impulsar el arte y su vez se instruía al personal para su correcta promoción. En la actualidad existen entidades públicas y privadas que han creado lugares para la divulgación del arte. Ofreciendo hoy en día un sinnúmero de espacios para exposiciones temporales o cualquier tipo de actividad cultural.

Para Santos (2004), la falta de un presupuesto sumado al desinterés y la carencia de personal capacitado dan origen a programas que no generan ningún interés y más bien exista un rechazo provocando alejarse de actividades culturales. Es por esto que se afirma que la difusión junto a la promoción debe ser manejada de personal capacitado donde se lleve un seguimiento y una evaluación. Adicional a lo expuesto hay que buscar nuevas ideas de ofertar lo cultural y artístico en donde se fusione la creatividad, la estética e imaginación.

Arévalo y Talonia (2004), en una propuesta para el estado de Puebla (México) sobre la creación de un sistema de turismo para la promoción y difusión de los procesos y la producción de sus principales artesanías, en donde aparte de brindar varios atractivos turísticos se ofrece también una riqueza amplia de objetos artesanales en los que se refleja su historia. Para ello establecieron una ruta artesanal mostrando las veinte y dos artesanías, haciendo una clasificación de las mismas de acuerdo a la elaboración, el municipio al que pertenecen junto con los materiales utilizados.

Para poder establecer un plan para el diseño de información, Arévalo y Talonia, (2004), identificaron las dificultades que tenían los artesanos, el turismo y las necesidades de las personas para después poder tomar la mejor decisión en cuanto a los medios gráficos que se utilizaran para la correcta difusión y promoción de las mismas. Al mismo tiempo, se recopiló información para posteriormente ordenarla y actualizarla con el fin de utilizarla e ir creando un sistema para plasmar las principales artesanías de Puebla.

Siguiendo con la idea, el estudio mencionado en el párrafo anterior concluyó en que a través de un medio gráfico se transmita información atractiva para el público, folletos y comercial de cine en donde se difunda y también se promocióne los procesos de elaboración incentivando de esta manera a conocer Puebla y sus artesanías, creando de así un enlace entre el turismo y la cultura, que permita fomentar el turismo y ayude al artesano. Cabe recalcar que el sistema fue enfocado a mexicanos de entre dieciocho y treinta años, sin embargo se adapta a cualquier público que quiera saber de las principales artesanías (Arévalo & Talonia, 2004).

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

Definiciones de artesanía

Espejel en 1972, manifiesta que:

La artesanía, es un mensaje específico del creador, tiempo y circunstancia, que están implícitas en sus obras, donde la naturaleza juega un papel de suma importancia...dando el origen necesario para hacerlas vivir, previendo de los materiales suficientes para tan fin. (p. 10)

Para Ramos, Muñón y Calderón (2000), otras de las definiciones es que la artesanía es una expresión que lleva consigo la identidad y tradición local, y quienes también afirman que las artesanías pueden llegar hacer una alternativa de creación de ingresos nacionales si se toman iniciativas que vinculen a la identidad de grupos indígenas.

Arévalo y Talonia (2004) manifiestan que “la artesanía es la creación de tradiciones populares, que se refleja en la elaboración de sencillos objetos para uso doméstico, decoración, para ornato personal y uso festivo o religioso” (p. 11).

Tanto para los productores de objetos de arte popular como para los consumidores, Hernández-Díaz y Zafra (s.f.), señalan que las artesanías guardan un valor simbólico, siendo las representaciones de grupos que los fabrican. Por eso ha surgido la necesidad de difundir estas obras con el propósito que se mantenga como símbolos que representan a un pueblo, región o país.

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

Por estas razones se enfatiza en dar a conocer de las maravillosas artes que ofrece el país, para que de esta manera las personas que adquieran estos objetos artesanales tengan un mayor interés y una idea más clara de lo que representan, llevándose consigo una porción del país ya que no todas las personas han tenido la oportunidad de viajar por los diferentes rincones del Ecuador para apreciar de manera más cercana las diferentes manifestaciones culturales que son plasmadas en sus artesanías.

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

Luego de un análisis realizado por el grupo de trabajo de mercadeo para el PLANDETUR 2020 , dentro de las líneas de productos y variedades de productos específico del Ecuador, se ubicó a los mercados y artesanías dentro del Turismo cultural del Ecuador, como se muestra en la tabla 1. Demostrando de esta manera la relación que tiene el turismo cultural con las artesanías.

Tabla 1. Líneas de productos y variedades de productos específicos del Ecuador

Circuitos generales	Circuitos generales		Parque nacionales
Sol y playa	Sol y playa	Ecoturismo y turismo de naturaleza	Reservas y bosques privados
Turismo comunitario	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
Turismo cultural	Patrimonios naturales y culturales		
	Mercados y artesanías	Turismo de deportes y aventura	Deportes terrestres
	Gastronomía		Deportes fluviales
	Shamanismo		Deportes aéreos
	Fiestas populares		Deportes acuáticos
	Turismo religioso	Turismo de salud	Termalismo
	Turismo urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico		SPA's
CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	Agroturismo	Hacienda, fincas y plantaciones	
Haciendas históricas	Turismo de convenciones y congresos	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias	
Parques temáticos	Parques temáticos	Turismo de cruceros	Cruceros

Fuente: PLANDETUR 2020 (Tourism & Leisure Europraxis Consulting, 2007, p. 72)

De Oliveira (2001) menciona en su estudio sobre los modelos teóricos aplicados al turismo que el objetivo de éstos es de dar a conocer a través de esquemas el funcionamiento dinámico del fenómeno turístico para el mejoramiento de gestión de la actividad turística, asimismo estas teorías explican de una manera sencilla todo lo que engloba la comprensión de éste fenómeno.

De todos los modelos teóricos el que más se ajusta al proyecto es el presentado por Hall (2001) como se muestra en el Gráfico 1, en donde presenta una relación entre lo que los turistas demanda versus los productos turísticos que se ofertan, en donde la fusión de éstos, produce lo que llamamos experiencia turística el cual sigue el ciclo a través de los impactos económicos, socioculturales, ambientales y políticos siendo un sistema dinámico.

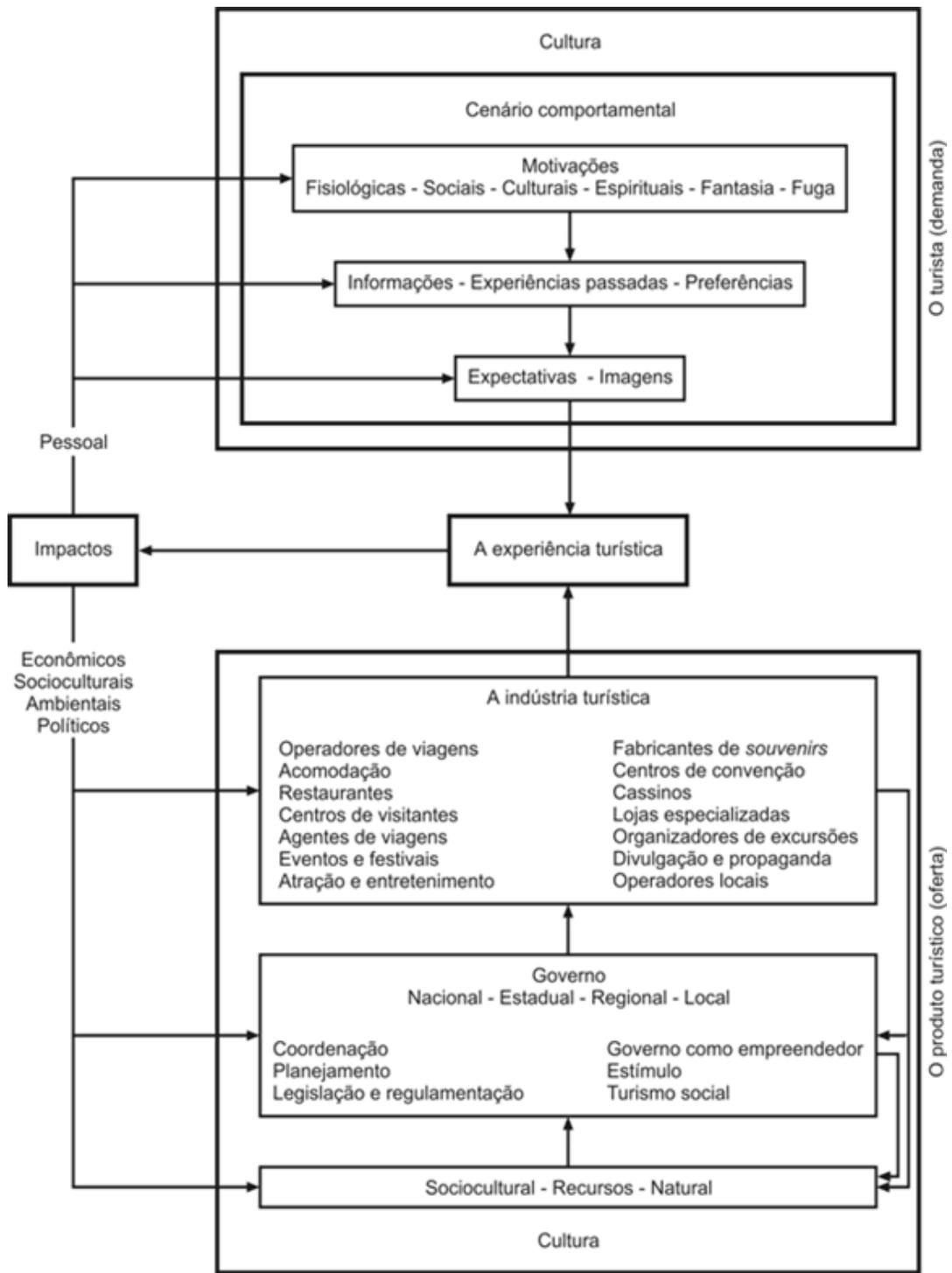


Gráfico 1. Modelo teórico del enfoque estructural de Hall
 Fuente: Hall, 2001

Se llegaría a la conclusión de que el modelo teórico a utilizar es el mostrado en el gráfico 1, debido a que este sistema expresa el flujo que existe entre los productos turísticos que se ofertan en la ciudad de Guayaquil siendo éstos las artesanías que se comercializan en el Mercado Artesanal Guayaquil formando parte de la industria turística y junto a las demandas de los turistas como los aspectos culturales que son motivaciones de viajes, lo que van a formar es la experiencia turística y así mejorar la gestión turística.

Cabe mencionar que la Constitución de la República del Ecuador garantiza el SUMAK KAWSAY (Buen vivir) en donde se asegura éste derecho en la construcción de la propia identidad cultural de las comunidades y a expresar la memoria histórica de las culturas junto con la difusión de sus diversas expresiones culturales (Art. 21). Además en los deberes primordiales del Estado Ecuatoriano se encuentra el Art. 3 Numeral 7mo. en donde se expresa PROTEGER el patrimonio NATURAL Y CULTURAL del país.

4.1. Mercados Artesanales en la ciudad de Guayaquil

El diario El Universo (2010) menciona que Guayaquil cuenta actualmente con tres mercados artesanales con el propósito de que sean visitados por turistas nacionales y extranjeros los cuales son: el Centro Comercial Artesanal Machala, el Mercado Artesanal Malecón 2000 y el Mercado Artesanal Guayaquil, lugares en los cuales se comercializan las artesanías provenientes de las diferentes provincias del Ecuador (Ver Anexo A).

4.1.1. Centro Comercial y Artesanal Machala (C.C.A.M.)

El Centro Comercial y Artesanal Machala en la actualidad es el mercado artesanal más grande de la ciudad de Guayaquil, antiguamente llamado Pedro Pablo Gómez, el cual fue construido el 6 de diciembre de 1968 e inicialmente era un mercado de víveres en donde reinaba el caos y la venta informal. Por medio de un programa municipal de regeneración de mercados, se decidió remodelar el sitio para destinarlo a la venta de artesanías y para marzo del 2001 se comenzó con la demolición para la reconstrucción del nuevo mercado (El Universo, 2003).

Éste se encuentra ubicado en la avenida Machala entre las calles Pedro Pablo Gómez y Alcedo. Las instalaciones cuenta con 348 locales destinados a la venta de una variada gama de artesanías, una plazoleta de comidas y estacionamientos subterráneos, sin embargo por su ubicación un poco alejada de sitios turísticos cuenta con baja afluencia de visitantes.

4.1.2. Mercado Artesanal Malecón 2000

Otro de los mercados que ofrece Guayaquil es el Mercado Artesanal Malecón 2000, el diario El Universo en una publicación afirma que abrió sus puertas en abril del 2002. Se encuentra ubicado en un lugar turístico de la ciudad como lo es el Malecón Simón Bolívar junto al Palacio de Cristal y al pie del Río Guayas, lugar donde se pueden adquirir artesanías en sus 21 locales y garantiza la seguridad de sus visitantes las veinte y cuatro horas, contando con parqueaderos subterráneos del Malecón.

4.1.3. Mercado Artesanal “Guayaquil” (M.A.G.)

El “Mercado Artesanal Guayaquil” es aquel en donde se va a enfocar el proyecto, siendo éste el lugar más conocido para adquirir objetos artesanales. Según Ron (2009), en un inicio este mercado se construyó con el afán de colocar las abacerías del Mercado Norte, sin embargo esto no se dio, quedando abandonado por varios años. Luego, por medio de la Cámara Artesanal del Guayas se les permitió a los artesanos que pongan sus talleres y exhiban sus objetos artesanales y fue el 5 de agosto de 1986 en el Gobierno del Ing. León Febres-Cordero Rivadeneira cuando se lo adjudicaron a la Asociación Interprofesional de Artesanos “20 de Julio”.

El M.A.G. abrió sus puertas el día 20 de julio de 1984, siendo éste el primer mercado artesanal a nivel nacional. También se lo conoce como Mercado Artesanal Loja, debido a su ubicación en las calles Loja y Juan Montalvo, ocupando un lugar estratégico aledaño a íconos turísticos de la ciudad, como lo son el Malecón Simón Bolívar y el Cerro Santa Ana.

En la actualidad cuenta con 175 locales, distribuidos en dos plantas, donde se ofrece una variedad extensa de objetos artesanales a precios accesibles. La infraestructura ha experimentado diversos cambios con el fin de optimizar su imagen. Sin embargo, existen espacios que podrían ser mejorados para brindar un servicio de calidad.

Cabe resaltar que tanto turistas nacionales como extranjeros consideran al sitio como el lugar de la ciudad más recomendado para realizar compras de artesanías provenientes de los diferentes rincones del país, ya que el establecimiento se encuentra ubicado en un lugar central ofreciendo una gran alternativa de objetos que representan la cultura de los pueblos ecuatorianos.

5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es posible desarrollar un plan integral de difusión de artesanías íconos del Ecuador que aporte al interés cultural en la planta alta del Mercado Artesanal Guayaquil?

6. METODOLOGÍA

El desarrollo del presente proyecto se realizará mediante la aplicación de estudios exploratorio y descriptivo para lo cual se utilizará varias técnicas para la recopilación de información con el fin de obtener un mejor panorama de la realidad en el Mercado Artesanal Guayaquil y acogida de los visitantes acerca del interés cultural sobre las principales artesanías ecuatorianas.

Así como Herrera (2009), manifiesta que la investigación exploratoria es aquella que se basa en investigar con anterioridad una situación. En primera instancia la propuesta se centrará en la realización de una indagación inicial por medio de la observación, haciendo un sondeo de las artesanías que se comercializan en el

mercado para establecer los objetos artesanales más representativos, ya que es un tema poco estudiado y no se cuenta con muchos datos al respecto.

Posteriormente, así como manifiesta Salkind (1999), que “la investigación descriptiva reseña las características de un fenómeno existente” (p.11). El proyecto describirá la situación actual del entorno del Mercado Artesanal Guayaquil y comportamientos de las personas que reciban información atractiva de las artesanías que se comercializan en el establecimiento en mención.

Se procederá a identificar conductas y actitudes de los visitantes, junto con la aceptación que tendrían al momento de recibir información de las artesanías mostrando el folclore del Ecuador a través de éstos objetos.

Gómez (2006), señala que el enfoque cualitativo se centra en técnicas de recopilación de datos en donde no se cuenta ni se mide numéricamente, utilizando descripciones y observaciones. Tomando como referencia lo mencionado sobre los tipos de estudios de la investigación, el enfoque será cualitativo, basándose de este modo en emplear técnicas para la recolección de información aplicando fuentes primarias como entrevistas a comerciantes y artesanos para obtener testimonios y datos que serán utilizados a lo largo de la investigación, a su vez se harán encuestas a los visitantes para determinar la acogida del proyecto.

Asimismo se pretende que los comerciantes del Mercado Artesanal Guayaquil sean actores que influyan en la promoción de los tres productos íconos del Ecuador que se basa esta investigación para darle una mayor importancia cultural y de pertenencia a las mismas.

Como recurso adicional se va hacer uso de las fuentes secundarias para relacionarlas con el proyecto planteado, tomando como referencia modelos similares de otras investigaciones existentes para ajustarlas al desarrollo de la propuesta.

Se buscará información actual y atractiva de las principales artesanías ecuatorianas que son comercializadas en el M.A.G.² que van a servir para realizar los medios gráficos para que se dé una correcta promoción y difusión de las mismas.

7. JUSTIFICACIÓN

Al ser el Mercado Artesanal Guayaquil el primer mercado artesanal del Ecuador se ha escogido este lugar por ser un punto estratégico de la ciudad y al parecer es un sitio indicado para desarrollar actividades de promoción y difusión artesanal aportando en aspectos culturales y turísticos.

El proyecto pretende contribuir al desarrollo cultural de los visitantes que realizan compras de artesanías, para que no solamente se dediquen a la adquisición de objetos artesanales, sino que además se brinde información atractiva de la procedencia o en ciertos casos el significado cultural que representa. Del mismo modo, se enfoca a turistas que llegan a Guayaquil y que no tienen la oportunidad de viajar por los diferentes rincones del país, no obstante, se ofrezca un espacio para apreciar de manera más cercana las diferentes manifestaciones culturales que se plasman en estos objetos e incluso podría darse exposición cultural sobre la procedencia.

Implementar un plan de difusión de artesanías íconos del Ecuador en el M.A.G. permitiría promocionar permanentemente éstos objetos, exhibiendo información de las materias primas y las técnicas de producción que se utilizan para la elaboración. Siendo una estrategia para el desarrollo turístico de la ciudad, de manera que se dé un valor agregado a los objetos que se comercializan, mejorando la atención, incrementando las ventas y las visitas a este lugar. Permitiendo conocer en un solo lugar al Ecuador a través de sus pintorescas artesanías demostrando la mega diversidad del país.

² Mercado Artesanal Guayaquil

Del mismo modo, busca que se valore el arduo trabajo de los artesanos ecuatorianos, que en mucho de los casos es la principal fuente de trabajo generando con ello un impacto social y económico positivo a las familias artesanas del país y también a sus comerciantes, fortaleciendo la actividad de producción artesanal para que sus técnicas de elaboración perduren en el tiempo para que se sigan transmitiendo de generación en generación.

Asimismo, esta propuesta busca generar incentivo por conocer más sobre las artesanías íconos del país, brindando una información y gráficos atractivos que a pesar que en el extranjero son cotizadas, en el medio no se conoce mucho de ellas.

La elaboración de este proyecto, en lo personal sería despertar el interés en los visitantes por conocer la procedencia, fabricación y a su vez admirar la diversidad artesanal que se ofrece en el país con la finalidad de promover la adquisición de las mismas e indirectamente incentivar a viajar por todo el Ecuador para conocer su riqueza artesanal.

8. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Según Herrera (2009), desarrollar un estudio de investigación de mercado tiene como finalidad enmarcar los procesos de recopilación y análisis de datos para encontrar una solución a la situación existente. Tal y como se menciona en la metodología en párrafos anteriores, los tipos de investigación a utilizar son de carácter exploratorio y descriptivo. Al mismo tiempo se va a adoptar el enfoque cualitativo, cuyo objetivo no pretende cuantificar, sino obtener información por medio de la observación, entrevistas abiertas, experiencias propias, entre otras (Gómez, 2006).

De igual manera, Merino, Pintado, Sánchez, Grande y Estévez (2010) señalan que la recolección de datos se apoya de fuentes primarias siendo éstas las que el investigador realiza cuando no hay mucha información disponible. Por lo tanto, se

empleará herramientas tales como entrevistas y encuestas con el fin de recopilar información de primera mano y obtener datos relevantes para el desarrollo del proyecto.

8.1. Tamaño de muestra

Salkind (1999), señala que la muestra es la representación de una porción de la población que se va a tomar como referencia para luego generalizarla. Se concluye entonces que para la determinación del tamaño de la muestra para esta propuesta se ha considerado como universo a los habitantes de la ciudad de Guayaquil y tomando en cuenta una porción representativa de la población de Guayaquil. Según el último censo de población en el Ecuador realizado por la INEC³ en el 2010 corresponde a un total de 2.350.915 habitantes en la ciudad de Guayaquil.

Por lo que se puede afirmar que para la determinación del tamaño de la muestra se calculará por medio de la fórmula aplicada para poblaciones infinitas como Morales y Morales (2009) lo señalan, que corresponde a poblaciones mayores a 500.000 elementos.

$$n = \frac{\sigma^2 pq}{e^2}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

σ²= grado de confianza que se va a trabajar

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

e= error de estimación

³ Instituto Nacional de estadísticas y censos

En este caso particular, se adopta la fórmula para poblaciones infinitas debido a que la población en la ciudad de Guayaquil es mayor a 500.000 habitantes. Para lo cual el grado de confianza (σ) a escoger corresponde al 95% de los casos, equivalente a 1,96. Por consiguiente, debido a que no se cuenta con información de la probabilidad de ocurrencia del evento a estudiar se considera el 50% de probabilidad a favor y el 50% probabilidad en contra dándole igual ponderación que suceda o no suceda el evento y con respecto al margen de error se puede estimar hasta un 10%, disminuyendo la eficacia de la información, es por eso que se recomienda utilizar entre un rango de 1% al 6% (Rodríguez, 2005). En este caso se considera el 5% de error con el fin de obtener una confiabilidad en la validez de información que se quiere abordar.

A continuación se reemplaza los valores en las variables:

$$n = \frac{\sigma^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50)(0,50)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,816 (0,50)(0,50)}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Por lo tanto se llega a la conclusión de realizar encuestas a 384 personas para obtener datos necesarios para la recolección de información.

8.2. Tipo de muestreo a utilizar

Entre los tipos de muestreo se encuentran los dos grupos que son: probabilísticos y no probabilísticos. Es conveniente indicar que en el caso de esta investigación, el método a emplear es el no probabilístico, en donde Abascal y Grande (2005), expresan que utilizando éste tipo, el investigador no seleccionada la muestra al azar, sino que la selecciona a su criterio con información que previamente ha obtenido.

Entre los tipos muestreo no probabilísticos existentes, se aplicará el muestreo por conveniencia. De acuerdo a Abascal y Grande (2005) este tipo de muestreo se refiere a escoger a una muestra a conveniencia del investigador, siendo fácil acceder a la población se quiere llegar. Para obtener esos datos, se ha decidido aplicar una encuesta, siendo ésta una herramienta necesaria para recoger información a una porción de la población ya establecida a través de un grupo de preguntas (Herrera, 2009). Estas se las realizará a las personas que visitan el Mercado artesanal para saber cuáles son las percepciones que tienen con respecto a la acogida de la promoción artesanal en el mercado en mención y cuáles serían las artesanías de mayor interés cultural.

Otra de las técnicas a emplear es la entrevista a conveniencia con la Sra. Rosario Figueroa, Presidenta de la Asociación Interprofesional de artesanos “20 de Julio” quien está encargada de la administración del Mercado Artesanal Guayaquil y proporcionará información actual con respecto al entorno, saber de actividades que se organizan para contribuir en el ámbito cultural y turístico. Asimismo conocer de las falencias que tiene el mercado en mención.

8.3. Técnicas para la recogida de datos o trabajo de campo

Con lo antes mencionado, lo que se pretende es la recopilación de información que permita describir datos importantes y comportamientos de los sujetos para el desarrollo de la investigación, en donde las personas a entrevistar y a encuestar no van a ser escogidas al azar, sino más bien que se seleccionarán de acuerdo a las respuestas que se quieran conseguir. En el caso de las entrevistas serán dirigidas a personas involucradas directamente en la administración del Mercado Artesanal Guayaquil y comerciantes de la localidad.

Del mismo modo, se utilizará encuestas que serán distribuidas a personas que visitan el sitio en mención. Con respecto al análisis de los datos se va llevar a cabo por medio del enfoque cualitativo mediante la transcripción de entrevistas e interpretación los datos de las encuestas. **(Ver Anexo B).**

8.3.1. Entrevista

Como se mencionó en párrafos anteriores la entrevista será otro de los métodos de recolección de información primaria. Para lo cual se busca datos relevantes sobre el establecimiento para tener una visión más amplia de la administración y el entorno del Mercado Artesanal Guayaquil, que será de gran utilidad para obtener datos que darán soporte a la propuesta.

Se realizaron entrevistas a la Presidenta de la Asociación Interprofesional de artesanos “20 de Julio”, cuya asociación es la encargada directa de la administración del Mercado Artesanal Guayaquil y también se entrevistó al síndico fundador de la Asociación en mención Néstor Aldas.

A continuación se presentan transcritas las preguntas estructuradas junto con las respuestas que se obtuvieron:

Preguntas y respuestas de las entrevistas

¿Cuándo se inauguró el Mercado Artesanal Guayaquil?

El Mercado Artesanal Guayaquil abrió sus puertas el 20 de julio de 1984, cumpliendo de esta manera ya 28 años ofreciendo artesanías ecuatorianas y es el primer mercado artesanal que se abrió en todo el Ecuador.

¿Quién(es) se encarga(n) de la administración del Mercado Artesanal Guayaquil?

La Asociación Interprofesional de artesanos “20 de julio” se encarga de la mayoría de la administración interna y externa. Nosotros nos encargamos de unas cosas y el M.I. Municipio de Guayaquil se encarga de otras cosas (...). Pero nosotros como asociación también hacemos autogestión para mejorar y mantener de cierta forma la imagen del Mercado.

¿Cada que tiempo se elije al nuevo directorio de la Asociación “20 de julio”?

Cada dos años (...). Cada dos años son las elecciones (...). y la posesión se la realiza el 20 de julio. Recién cumplimos un año con el nuevo directorio y el próximo año en el 2013 será la nueva elección. Nosotros somos la Asociación Interprofesional de artesanos “20 de julio” y esa es la vida jurídica. Mercado Artesanal le llamamos porque estamos dentro de un mercado donde se venden artesanías, pero la vida jurídica es la Asociación y se llama interprofesionales porque es de diferentes ramas que se integra, no somos gremio porque un gremio es cuando es de una rama e interprofesional es de varias ramas.

¿Cuántas personas alquilan los locales en el Mercado Artesanal Guayaquil?

Estamos entre 175 aproximadamente. Arrendatarios es la palabra correcta, entonces somos 175 arrendatarios. Nosotros hemos mejorado cada uno de nuestros puestos porque así no los entregaron.

¿Qué actividades se realizan para fomentar el conocimiento de las artesanías?

A veces hacemos ferias, presentaciones artísticas en la planta alta, para que la gente que conozca las artesanías y tratamos por estos medios de invitarlos para que vengan a conocer. También estamos continuamente perifoneando dándoles la bienvenida a los turistas y leyéndoles de todo lo que nosotros vendemos y de la variedad de artesanías que hay tanto en la planta baja como la planta alta, aunque no muchos conocen la planta alta.

¿Cuáles son las temporadas con mayor y menor afluencia de turistas?

Eso es variable (...) es variable, pero en el mes de enero y febrero es un poco más la afluencia, de ahí hasta el mes de junio y julio y de ahí hay una baja en agosto y septiembre, de ahí en octubre sube de nuevo por las fiestas de Guayaquil. Noviembre y diciembre es un poco bajo, pero sube en enero por la gente viaja al exterior. Pero en general siempre se ve un flujo de visitantes considerable.

¿Qué mejoras se han realizado en el M.A.G.?

Recién en este año, después de tantos años se ha mejorado el piso del mercado. Se ha colocado piso de porcelanato lo cual ha permitido dar una mejor imagen al Mercado, también se ha preocupado por tener a una persona encargada de la limpieza constante de los baños públicos. Cada arrendatario a medida que han transcurrido los años se ha preocupado también en hacerles mejorar a sus locales con el fin de dar un buen servicio.

¿Qué propuestas tienen para mejorar la comercialización?

Nosotros horita quisiéramos que por ejemplo (...) tener cámaras de vigilancia para que el turista extranjero que viene acá tenga seguridad en el mercado y tenga las mismas garantías que tienen los centros comerciales o los malls. Aparte de eso tenemos dos plasmas que quisiéramos proyectar la fabricación de las artesanías.

¿Existe información impresa de promoción de las artesanías ecuatorianas?

Si tenemos un tríptico pero esta medio anticuado a tal punto que nadie se la lleva. Pero también ahora tenemos publicidad con código QR, que por medio de una barra de código que se puede escanear desde los teléfonos inteligentes se puede acceder a una guía móvil de Guayaquil en donde se brinda información turística de la ciudad y en donde se presenta como alternativa de dónde comprar artesanías al Mercado Artesanal Guayaquil, presentando videos e información general del mercado.

8.4. Técnicas de análisis de datos/información

Para el análisis respectivo de los datos, Herrera (2009) señala que se debe hacer un estudio de la calidad de información obtenida y escoger la forma de organizar en categorías de manera que se revise, codifique y tabule los datos. La revisión hace referencia a la eliminación de errores, mientras que la codificación reúne información en categorías de manera que ayudan a tabular.

Se van a organizar los datos según las preguntas realizadas en las encuestas, en el caso de las preguntas cerradas se van a presentar los porcentajes y gráficos para mejorar la comprensión de los resultados y en general nos va a determinar si la propuesta va a tener acogida o rechazo entre la población.

Con respecto a las respuestas con alternativas múltiples, éstas van a servir de apoyo para alinearse a los que más ponderación tenga para la toma de decisiones de que tipos de artesanías se considerarán para promocionar.

8.5. Tabulación de las encuestas

Tabulación de las encuestas a 384 personas e interpretación de datos

1. ¿Considera usted que el Mercado Artesanal Guayaquil es un sitio turístico para la ciudad?

Tabla 2. Resultado de consideración del Mercado Artesanal Guayaquil como sitio turístico.

Pregunta 1	Número de personas	Porcentaje
SI	341	89%
NO	43	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

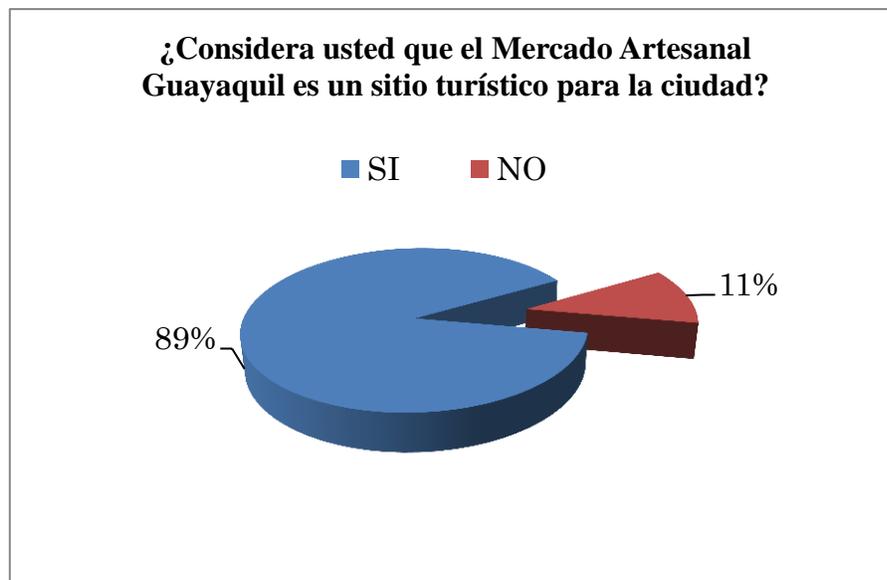


Gráfico 2. Resultado de consideración del Mercado Artesanal Guayaquil como sitio turístico

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

Interpretación

Mediante la pregunta formulada, el 89% de personas encuestadas que visitaron el mercado como se muestra en *Gráfico 2*, consideran al lugar como un sitio turístico, ya que es un lugar de visitas para adquirir recuerdos hechos por manos ecuatorianas. Por lo tanto, es importante resaltar que éste lugar es un sitio estratégico para realizar la promoción y difusión de artesanías del Ecuador, ya que tanto guayaquileños como turistas visitarán el sitio.

2. ¿Considera usted que las artesanías del Ecuador forman parte de la cultura del país?

Tabla 3: Resultado de consideración de artesanías como parte de la cultura del Ecuador

Pregunta 2	Número de personas	Porcentaje
SI	326	85%
NO	58	15%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia



Gráfico 3. Resultado de consideración de artesanías como parte de la cultura del Ecuador

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

Interpretación

Como lo demuestra el pastel del Gráfico 3, el 85% de los encuestados, consideran que las artesanías del Ecuador forman parte de la cultura del país, mientras que la minoría representada en con el 15% no la considera. Con estos resultados se demuestra que se puede dar a conocer parte de la cultura ecuatoriana por medio de información atractiva de artesanías íconos del país.

3. ¿Cree usted que asignando un espacio para difundir las artesanías íconos del Ecuador en el Mercado Artesanal Guayaquil se generaría un mayor interés cultural?

Tabla 4. Resultado de mayor interés cultural a través de la difusión de artesanías

Pregunta 3	Número de personas	Porcentaje
SI	357	93%
NO	27	7%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia



Gráfico 4. Resultado de mayor interés cultural a través de la difusión de artesanías

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

Interpretación

De las personas encuestadas, el 93% consideran al Mercado Artesanal Guayaquil como un lugar propicio para la difusión de objetos artesanales de manera que genere un mayor interés cultural. Lo que lleva a la conclusión que la mayoría de las personas que visitan el mercado en mención, estarían interesados por conocer acerca de las artesanías íconos ecuatorianas y que no se conoce mucho sobre ellas.

4. ¿Considera que la promoción de las principales artesanías influya en la compra de las mismas?

Tabla 5. Resultado de influencia de la promoción en la compra de artesanías

Pregunta 4	Número de personas	Porcentaje
SI	303	79%
NO	81	21%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Autora del proyecto



Gráfico 5. Resultado de influencia de la promoción en la compra de artesanías
Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

Interpretación

Para el 79% de los visitantes en el Mercado Artesanal Guayaquil, afirman que la promoción de artesanías ecuatorianas influye en la compra de las mismas. Ya que cuando se sabe de procesos y materias primas utilizadas, esto generaría interés e incentivo en la adquisición de las diversas artesanías sobretodo de aquellas que no son muy conocidas.

5. Al momento de comprar artesanías usted conoce de:

Tabla 6. Resultado de conocimiento de materias primas, procedencia y elaboración de artesanías

Pregunta 5	Número de personas	Porcentaje
Materias primas utilizadas	78	20%
Procedencia	83	22%
Técnicas de elaboración	56	15%
Ninguna de las anteriores	167	43%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

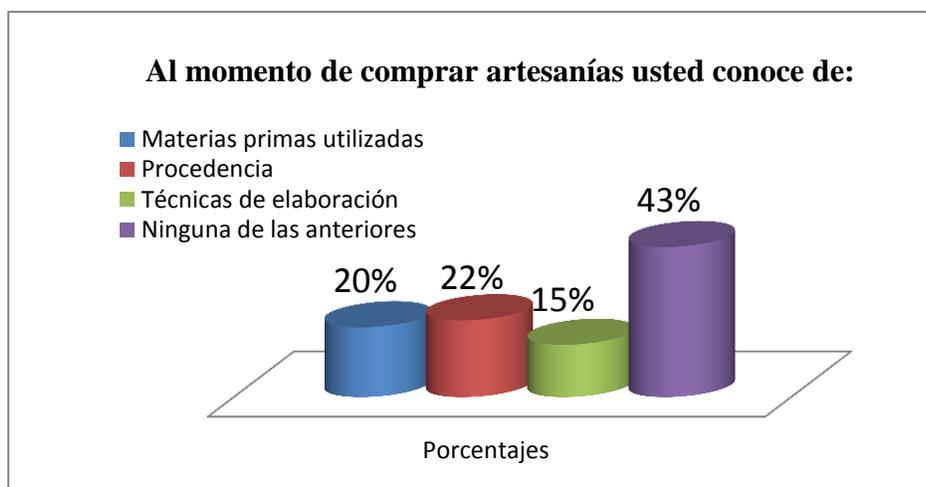


Gráfico 6. Resultado de conocimiento de materias primas, procedencia y elaboración de artesanías

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

Interpretación

De acuerdo con los datos recaudados se puede determinar que el 15% de visitantes sabe de las técnicas de elaboración de artesanías, un 20% conoce de las materias primas utilizadas en las artesanías y un 22% conoce de la procedencia de artesanías. Sin embargo existe un 43% que desconoce información sobre materias primas y técnicas de elaboración que se utilizan para la elaboración de las artesanías y procedencia de las mismas. Lo que indica que se podría dar información de materias primas, elaboración y procedencia de las artesanías de manera que se den a conocer estos aspectos con el fin de que se revaloren el trabajo de los artesanos ecuatorianos.

6. Considera usted que la información que brindan los comerciantes acerca de las artesanías ecuatorianas es:

Tabla 7. Resultado de información que se recibe por parte de comerciantes del Mercado Artesanal Guayaquil sobre las artesanías

Pregunta 6	Número de personas	Porcentaje
Excelente	76	20%
Buena	127	33%
Regular	84	22%
No se brinda información	97	25%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

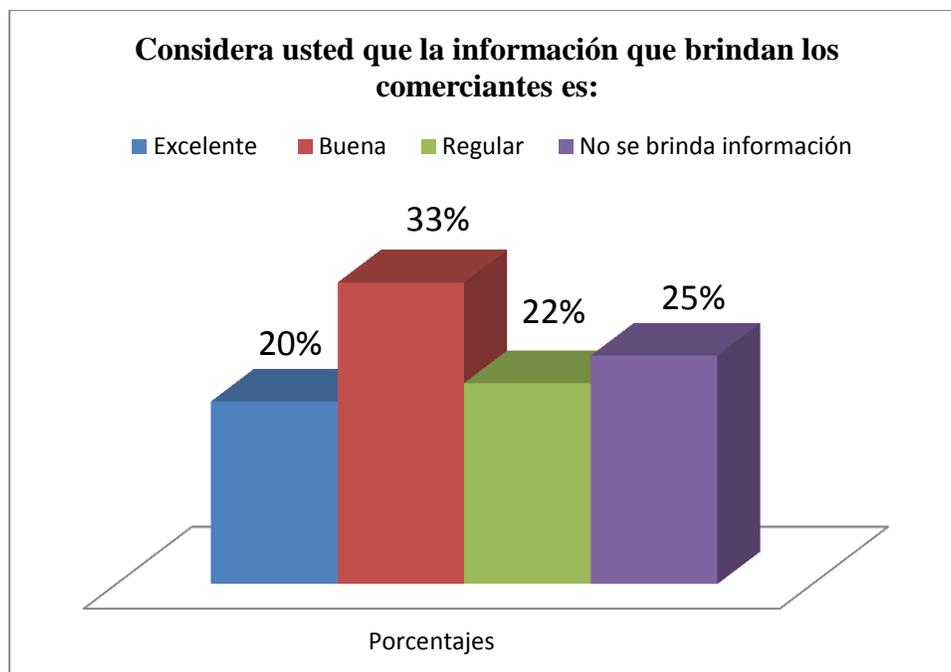


Gráfico 7. Resultado de información que se recibe por parte de comerciantes del Mercado Artesanal Guayaquil sobre las artesanías
 Fuente: Estudio de mercado
 Elaborado por: Autora del proyecto

Interpretación

En esta pregunta se puede observar que el 20% afirma que la información que reciben por parte de los comerciantes del Mercado Artesanal Guayaquil es excelente y un 33% asevera que la información que se brinda es buena, siendo esto un punto positivo para que la visita al Mercado Artesanal sea agradable y exista una buena interacción entre visitantes y comerciantes. Sin embargo, hay 22% que considera que la información brindada es regular y un 25% que percibe que no se recibe información de las artesanías. Se puede llegar a la conclusión de que por medio de medios gráficos informativos se brinda una información agradable a los visitantes del Mercado Artesanal Guayaquil.

7. De los tipos de artesanías ¿cuál es la que más le llama la atención al momento de comprar?

Tabla 8. Resultado de demanda de tipos de artesanías

Pregunta 7	Número de personas	Porcentaje
Madera	49	13%
Tejidos	108	28%
Paja	59	15%
Tagua	63	16%
Cuero	37	10%
Barro	45	12%
Otros	23	6%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

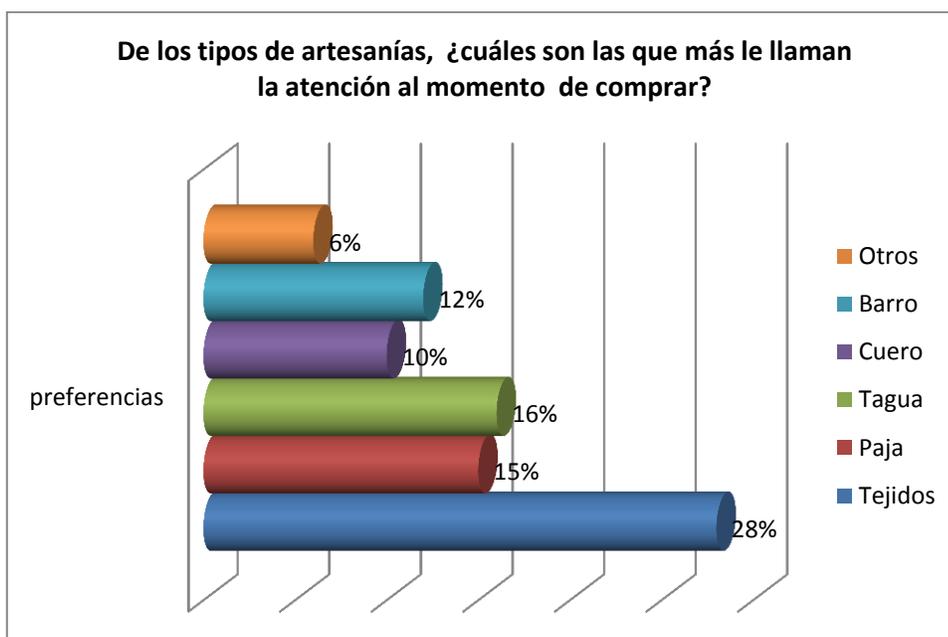


Gráfico 8. Resultado de demanda de los tipos de artesanías
Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

Interpretación

Los resultados que se muestran, es que los productos artesanales que más llaman la atención y con mayor demanda son los de tejidos correspondiente a un 28%, seguido por artesanías elaboradas en tagua con el 16%, casi a la par que los artículos elaborados con paja con el 15% y seguido con el 13% de artículos elaborados en madera. El 12% corresponde a la demanda de artesanías elaboradas en barro y el 10% en artículos elaborados en cuero.

El 6% corresponde a otros tipos de artesanías que son menos demandadas o poco conocidas como: joyas en plata, pinturas, cerámica, entre otros.

8. Señale cuál de estos íconos artesanales ecuatorianos conoce información:

Tabla 9. Resultado de conocimiento de íconos artesanales ecuatorianos

Pregunta 8	Número de personas	Porcentaje
Sombrero de paja toquilla	129	34%
Objetos de tagua	107	28%
El poncho doble cara de Otavalo	54	14%
Tallados en madera de San Antonio de Ibarra	71	18%
La candonga de filigrana chordelense	23	6%
TOTAL	384	100%

Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

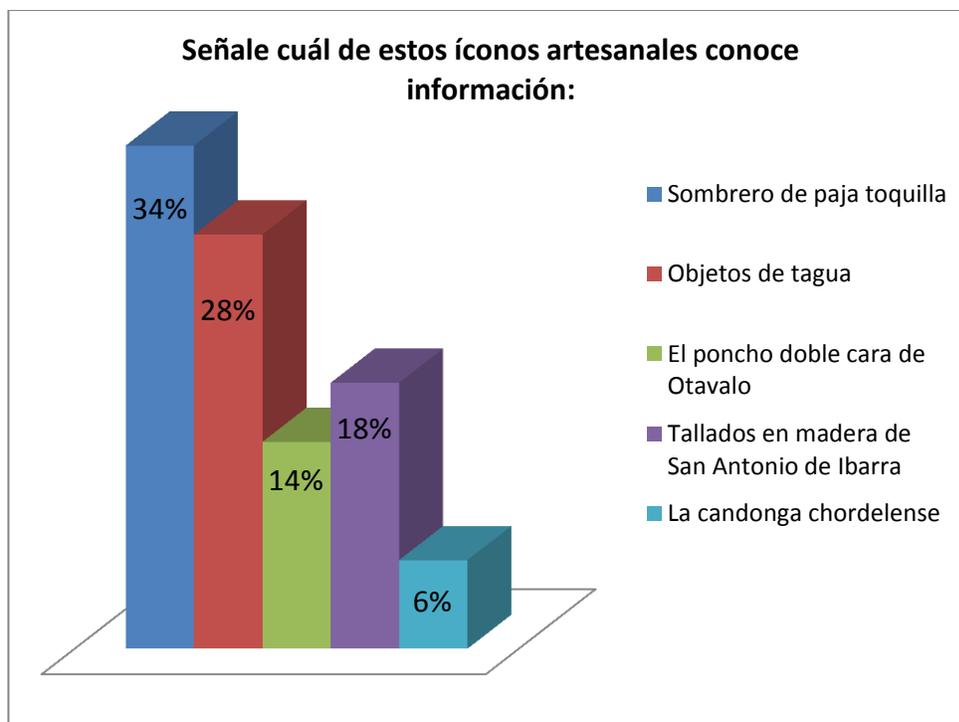


Gráfico 9. Resultado de conocimiento de íconos artesanales ecuatorianos
Fuente: Estudio de mercado
Elaboración: propia

Interpretación

Los resultados señalan que para el 34% de los visitantes el sombrero de paja toquilla es la artesanía ícono que más conocen, seguido por los objetos elaborados en tagua correspondiente al 28%. No obstante existe desconocimiento con las artesanías íconos del Ecuador, ya que sólo el 18% conoce de las artesanías talladas en madera de San Antonio de Ibarra, el 14% conoce del poncho doble cara de Otavalo y sólo el 6% conoce de la Candonga chordelense.

9. ESTUDIO TÉCNICO-INSTITUCIONAL

9.1. Actividades realizadas en el Mercado Artesanal Guayaquil

La Asociación Interprofesional de artesanos “20 de Julio” ha tomado la iniciativa de fomentar programas culturales dentro del Mercado Artesanal Guayaquil con el fin de dar un mejor servicio y aumentar la afluencia de visitantes al lugar, en los cuales se han organizado eventos vinculadas con el patrimonio vivo de los pueblos ecuatorianos como lo son presentaciones de danza de grupos folclóricos. Entre otras actividades que han realizado son exposiciones pictóricas y body art.

En especial los meses de julio y octubre por las festividades de fundación e independencia de la ciudad de Guayaquil, la Asociación se encarga de la realización de eventos en la plazoleta que se encuentra en la planta alta del mercado como se lo puede apreciar en la *Figura 1* y en él se han realizado Festivales de grupos de danza folclóricos del Ecuador y de países latinoamericanos, con la finalidad darle ese valor agregado a la visita al sitio y brindar un programa en donde los visitantes puedan disfrutar y conocer de las diferentes manifestaciones culturales a través de los bailes de sus pueblos (Desde Guayaquil, 2010).



Figura 1. Eventos de danza folclórica en plazoleta de la planta alta del Mercado Artesanal Guayaquil
Fuente: (Desde Guayaquil, 2010)

9.2. Asociación Interprofesional de artesanos “20 de Julio”

La Asociación Interprofesional de artesanos “20 de Julio” es la vida jurídica y se la llama interprofesionales debido a que la integran artesanos de las diferentes ramas. La conforman 175 socios que son los arrendatarios de los puestos que se encuentran en el Mercado Artesanal Guayaquil. Cabe mencionar que cada dos años se realizan las elecciones para escoger el nuevo directorio y la posesión de los cargos se realizan cada 20 de julio. La presidenta en la actualidad es la Srta. Rosario Figueroa correspondiente al periodo 2011 al 2013. Como dato adicional la asociación en mención esta bajo los reglamentos de la ley de defensa del artesano.

Cuentan con un presupuesto anual para cubrir gastos eventuales y sueldos de personal externo, como lo es una secretaría administrativa, una persona que se encarga de la limpieza de los baños y cinco guardias de seguridad en todo el mercado con el propósito de mantener el lugar y brindar seguridad de los visitantes. En el *Gráfico 10* se detalla el organigrama de los cargos de la directiva que conforman la Asociación Interprofesional 20 de Julio.

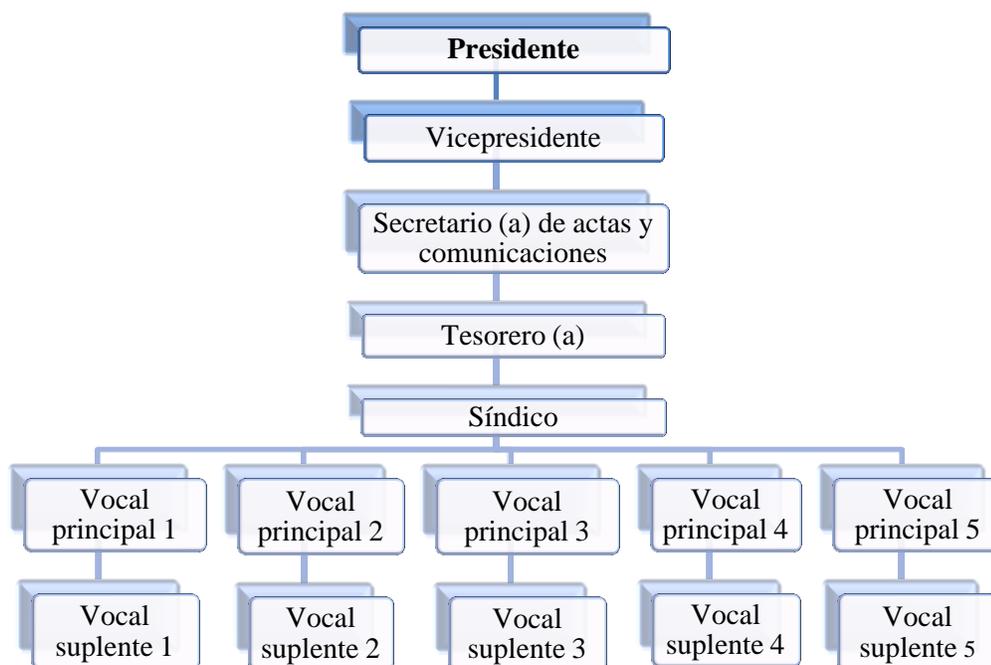


Gráfico 10. Organigrama de la Asociación Interprofesional de artesanos 20 de Julio
Fuente: Recolección de la investigación
Elaboración: propia

9.3. Oferta artesanal en el Mercado Artesanal “Guayaquil”

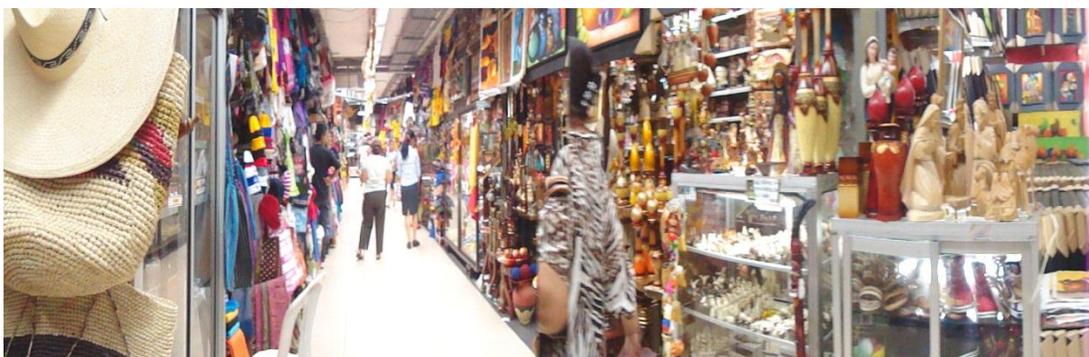


Figura 2. Oferta artesanal en el Mercado Artesanal Guayaquil

Fuente: Recolección de la investigación

Elaboración: propia

La oferta de productos artesanales ecuatorianos en el Mercado Artesanal Guayaquil es muy variada como se muestra en la *Figura 2*, en donde se puede apreciar y adquirir éstos objetos a precios muy accesibles, entre la gama de productos se puede indicar los siguientes:

➤ **Tejidos y Bordados**

Los artesanos plasman sentimientos y emociones en los tejidos y bordados formando parte importante de la cultura ecuatoriana. Cuvi, en su libro *Artesanías del Ecuador* (1994), comenta que este tipo de artesanía textil es una tradición que se ha mantenido hasta la actualidad, en especial practicada por los indígenas de la región Sierra, en donde participan hombres, mujeres, ancianos y niños con tareas específicas.

Se producen variedades de prendas elaborados con materias primas como la lana natural, lana sintética y algodón nativo para el autoconsumo y asimismo para creciente mercado turístico. Los artesanos textiles que más sobresalen en el Ecuador en esta práctica textil son indígenas de la región de Otavalo.

Estas prendas en su mayoría son traídas de Otavalo y se pueden adquirir en los locales ubicados en la planta baja del Mercado Artesanal “Guayaquil”.

➤ **Madera**

El tallado en Madera es la manifestación de la cultura de San Antonio de Ibarra y se ha convertido en una actividad artesanal importante, con sus originales diseños y excelentes acabados. La materia prima preferida para trabajar son el nogal, naranjillo, cedro y laurel.

También se pueden encontrar las artesanías talladas en madera de balsa, cuya materia prima que se obtiene en el oriente ecuatoriano, esta madera liviana crece en la selva subtropical del país y la utilizan para elaborar figuras de animales representativas de la región oriental del Ecuador, creando coloridas obra de arte.

➤ **Cerámica**

De acuerdo a Cuvi (2004), la cerámica de la cultura Valdivia ha sido una de las primeras en el continente americano en desarrollar la unión del barro, agua y fuego para la creación de ésta. En la actualidad se elaboran preciosos adornos para decorar el hogar, siendo el arte en cerámica una tradición.

➤ **Cuero**

Cuenta con varios locales que ofertan prendas de más finas pieles y en la más variada gama de artículos como: chompas, bolsos, billeteras, zapatos, etc.

➤ **Barro**

Antigua actividad de nuestros indígenas que lo utilizaban para realizar utensilios de cocina, adornos de hogar y figuras representativas de su época. Tal y como se lo nombra en el libro de Artesanías del Ecuador (1994), en la serranía ecuatoriana la más antigua cultura cerámica fue la de Narrío, en Chorrera los alfareros desarrollan las vasijas silbato de doble cuerpo. En el periodo del Desarrollo Regional, las culturas de Manabí (en Jama-Coaque y Bahía) y Esmeraldas (en La Tolita), se desarrollaron utensilios para uso diario y figuras como el shamán, guerreros, navegantes, entre otros que permitieron dar a conocer la forma de vida de esa época.

En la actualidad se pueden encontrar en el mercado replicas de estas figuras que representan las figuras de las culturas prehistóricas del Ecuador, del mismo modo se ofrecen vasijas, ollas, platos entre otros.

➤ **Tagua**

También conocida como marfil vegetal, se la obtiene de la semilla de una palma que crece en la zona subtropical del Ecuador. Los artesanos tallan esta semilla, hasta obtener figuras decorativas y bisuterías con un excelente acabado.

➤ **Paja**

Los famosos sombreros de paja toquilla son reconocidos internacionalmente, ganando un espacio por su calidad y prestigio.

➤ **Instrumentos Musicales**

Los artesanos dan forma a una amplia variedad de instrumentos musicales autóctonos como la zampoña, rondador, quena, charango, etc..

➤ **Joyas y Bisutería**

Milera actividad artesanal que la practican nuestros orfebres ubicados en los talleres ubicados en la planta alta del Mercado Artesanal Guayaquil, especializados en: oro, plata, bronce, etc.

➤ **Mármol**

De las minas de Portovelo y San Bartolo se exhibe un amplio stock de adornos para el hogar en mármol.

➤ **Pinturas**

Los artistas mantienen en exhibición sus pinturas en óleo, acuarela, acrílico, etc. En sus coloridos cuadros, y sus diseños son inspirados de escenarios naturales y culturales de las regiones del Ecuador.

9.4. Factores que influyen en la visita al Mercado Artesanal Guayaquil.

Entre los factores que influyen en la visita se pueden mencionar:

- **Precios:** uno de los factores determinantes para que los visitantes se vean atraídos y adquieran las artesanías son los precios que se muestran accesibles al visitante.
- **Horarios:** Debido a los extendidos horarios da oportunidad de que se pueda visitar el mercado los siete días de la semana. De lunes a viernes de 9:00 a 19h00 y domingos de 10h00 a 17h00.
- **Posicionamiento:** por tradición los guayaquileños, visitan y recomiendan ir al Mercado Artesanal Guayaquil, ya que fue el primer mercado artesanal en la ciudad y del país, convirtiéndose en el mercado artesanal más conocido y visitado de la ciudad.
- **Variedad artesanal:** como se mencionó en párrafos anteriores se ofrece una variada y colorida gama de objetos artesanales provenientes de las diferentes provincias del Ecuador.
- **Ubicación:** Se encuentra ubicado muy cercano a sitios turísticos de la ciudad como lo son el Malecón Simón Bolívar y el Cerro Santa Ana. Baquerizo Moreno entre Av. Juan Montalvo y calle Loja.

9.5. Difusión actual de artesanías en el Mercado Artesanal Guayaquil

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas en el M.A.G., es evidente que existe una alta tendencia de interés por recibir información de las artesanías de tal manera que fortalezca la riqueza artesanal con las que el país cuenta, es por eso que

se busca dar a conocer ciertas artesanías de modo que añada un valor agregado a la visita a este establecimiento.

En efecto, en la actualidad el M.A.G. no cuenta con una difusión adecuada de las artesanías íconos ecuatorianas. Como se puede observar en la *Figura 3*, se ha tenido la iniciativa de dar a conocer sobre algunos de los productos artesanales que se ofrecen, sin embargo estos intentos no captan la atención de todos los visitantes ya que se presenta de una forma improvisada



Figura 3. Iniciativa de brindar información sobre la tagua
Fuente: Recolección de la investigación
Elaboración: propia

Por otro lado, recientemente Guayaquil cuenta con una guía móvil turística virtual de la ciudad con el aval de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil como se muestra en la *Imagen 4*. De acuerdo a Euronetworks (s.f.) ésta es la primera tarjeta inteligente turística en el Ecuador, en donde se podrá acceder en línea a una completa información turística de la ciudad por medio de los *Smartphones* o teléfonos inteligentes y códigos QR. Éste código se lo puede encontrar publicado en lugares donde existe gran concurrencia de turistas.

Estas tarjetas tienen como propósito sustituir las guías turísticas tradicionales que tienen muchas hojas, brindando la facilidad de que la información con respecto a los

elementos del sector turístico están en constante actualización. Además, es una herramienta que sirve para promocionar los atractivos turísticos más representativos de la ciudad, con soporte de audio y video.



Figura 4. Código QR de Guayaquil Móvil guía turística virtual
Fuente: (Euronetworks, s.f.)

Como se muestra en la *Figura 5*, en el menú principal de ésta guía, se encuentra como una de las alternativas para realizar compras artesanales se encuentra el Mercado Artesanal Guayaquil, en donde se brinda información general del mercado en español e inglés.



Figura 5. Menú principal de Guayaquil Móvil
Fuente: (Euronetworks, s.f.)

Una de las formas de promocionar la variedad artesanal que ofrece el M.A.G. que por años se ha mantenido es por medio de un tríptico (**Ver Anexo G**), no obstante tiene un diseño muy antiguo en donde no consta con el actual logo del M.A.G. y con colores que no generan ningún interés en llevarlo.

9.6. Productos de mayor demanda en el M.A.G.

Realizar un inventario de todas las artesanías que existen en el Ecuador no es tarea fácil es por eso que se han tomado en cuenta los tipos de objetos artesanales que se han obtenido de las encuestas realizadas y también a través de la observación de las múltiples visitas al mercado en mención, donde es evidente que las artesanías con mayor demanda en el Mercado Artesanal Guayaquil son las que se detallan a en la *Tabla 10*.

Tabla 10. Tipos de artesanías de mayor demanda en el Mercado Artesanal Guayaquil

Artesanías en:	Variedades de productos
Tejidos de algodón y lana	<ul style="list-style-type: none">• Ponchos• Chalinas• Hamacas• Bordados• Fajas• Cobijas• Paños o Macanas• Tapices• Shigras o bolsos• Alfombras• Alpargatas
Paja	<ul style="list-style-type: none">• Sombreros de paja toquilla• Carteras• Individuales y portavasos• Canastillas y muñecas
Tagua	<ul style="list-style-type: none">• Bisutería• Adornos en forma de animales• Llaveros

Fuente: Resultado del estudio de mercado
Elaboración: propia

9.7. Productos de menor demanda en el M.A.G.

De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas existen artesanías con porcentajes menores de demanda, y por tal razón se pretende tomarlas en cuenta para difundirlas y promocionarlas con el fin de que las conozcan y adquieran. Como se muestra en la *Figura 11*, las artesanías que son de menor demanda en el Mercado Artesanal Guayaquil son las siguientes:

Tabla 11. Tipos de artesanías de menor demanda en el Mercado Artesanal Guayaquil

Artesanías en:	Variedades de productos
Tallado en madera	<ul style="list-style-type: none"> • Figuras religiosas • Figuras humanas • figuras animales • Floreros • Útiles de escritorio. • Adornos decorativos
Barro	<ul style="list-style-type: none"> • Vasijas • Figuras precolombinas (réplicas) • Pundos • Fuentes • Floreros
Cuero	<ul style="list-style-type: none"> • Chaquetas • Botas y zapatos • Billeteras • Cinturones • Carteras
Filigrana	<ul style="list-style-type: none"> • Candongas de oro y plata • Zarcillos • Aros • Collares • Pulseras

Fuente: Resultado del estudio de mercado

Elaboración: propia

10. PROPUESTA PARA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN ARTESANAL EN EL MERCADO ARTESANAL “GUAYAQUIL”

10.1. Localización de la propuesta

Una vez obtenido los resultados positivos sobre la acogida de establecer un sitio destinado para la promoción y difusión de artesanías íconos del país en el M.A.G., se tiene que establecer un lugar óptimo para una buena difusión, ya que se debe contar con un espacio que permita a los visitantes del mercado obtener información que llame la atención concerniente a éstos objetos artesanales.

Para ello, se ha escogido el espacio que se encuentra ubicado en la planta alta del mercado, en el cual se encuentran talleres de orfebrería y una plazoleta que sirve de tarima para eventos culturales que son organizados por la Asociación “20 de Julio” (Ver anexo C). En el sitio mencionado, existe el espacio necesario para desarrollar la difusión de artesanías íconos del Ecuador y a su vez se pretende que los visitantes conozcan los otros locales ubicados en la planta alta que son poco frecuentados, debido a que no muchos de los visitantes saben de que existe otro piso.

Lo que la propuesta pretende es que los visitantes que ingresen al Mercado Artesanal se dirijan a la planta alta para conocer de las artesanías íconos del Ecuador, y a su vez se lleven información y conozcan de los locales que son talleres en la planta alta.

Para subir a la planta alta se puede acceder por tres entradas correspondiente a las escaleras existentes dentro del mercado. Es decir que se pondría en cada subida un letrero alusivo para invitar a sus visitantes a subir y hagan un recorrido a esta sección (Ver Anexo D).

10.2. Análisis FODA del Mercado Artesanal Guayaquil

A continuación, se ha realizado un análisis sobre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del M.A.G., cuya información se la ha obtenido mediante la observación y preguntas aleatorias que se las han hecho a los comerciantes que trabajan en el sitio con el fin de diagnosticar la situación actual del sitio y poder establecer cuáles serían los puntos positivos y negativos que tiene el establecimiento en mención.



Figura 6. Exteriores del Mercado Artesanal Guayaquil

Fuente: Recolección de la investigación

Elaboración: propia

Fortalezas

- ✓ Se encuentra ubicado cerca de la zona turística guayaquileña: sobre la Avenida Baquerizo Moreno entre las calles Loja y Juan Montalvo (**Ver Anexo E**)
- ✓ Lugar de venta de artesanías más conocido y visitado en Guayaquil.
- ✓ Es el primer mercado artesanal del país, actualmente tiene 28 años en servicio.

- ✓ Cuenta con parqueaderos para acceder de manera directa al mercado (**Véase Figura 6**).
- ✓ La diversidad y originalidad de objetos artesanales ecuatorianos que se exhiben es muy amplia, y a muy buenos precios. Entre las variedades que se puede encontrar son los tejidos, objetos de madera, barro, mármol, tagua, cerámica, paja, cuero, joyas entre otras.
- ✓ Prolongados horarios de atención al público, abriendo sus puertas de lunes a sábado de 09h00 a 19h00 y domingos de 10h00 a 16h00, lo que permite a todos los visitantes ir todos los 365 días del año.
- ✓ Seguridad privada para los visitantes, gracias a la autogestión por parte de la Asociación interprofesional “20 de Julio”.

Oportunidades

- ✓ Se podría realizar remodelaciones para mejorar la imagen dentro y fuera del mercado.
- ✓ Tiene espacio en la planta alta para destinar un espacio para la promoción de las artesanías.
- ✓ Organizar eventos culturales con mayor frecuencia en la plazoleta ubicada en la planta alta del mercado.

Debilidades

- Tiene ocho entradas y no existe señalética que permita a los visitantes guiarse dentro del mercado.
- Cuenta con una oficina de información turística, sin embargo no se brinda ninguna información.

- Ofrecen un tríptico con un diseño antiguo que indica la variedad artesanal, sin embargo, nadie lo lleva ya que no llama la atención.
- Pocas personas visitan la planta alta, debido a que las personas creen que solo es la planta baja.
- El Mercado Artesanal “Guayaquil” tiene su logo, no obstante nadie lo puede distinguir porque se muestra en ninguna parte (**Ver Anexo F**).
- No cuentan con cámaras de vigilancia, para brindar a los comerciantes y visitantes mayor seguridad y confianza.

Amenazas

- Son pocos los parqueaderos, en relación a la cantidad de personas que visitan el sitio.
- Existe dificultad para efectuar ampliaciones.
- Los pasillos dentro del establecimiento son angostos para recibir un alto flujo de visitantes.

10.3. Selección de artesanías íconos a difundir

La selección de artesanías que se va a dar a conocer, son productos artesanales que representan las manifestaciones culturales de los pueblos ecuatorianos que son símbolos artesanales del país y en algunos casos existe un desconocimiento o se conoce información muy limitada.

10.3.1. El Poncho doble cara de Otavalo

En cuanto a artesanías de tejidos se refiere, la provincia de Imbabura se distingue con el poncho doble cara de Otavalo, llamado así por tener dos tonalidades, el cual constituye parte de la identidad y un gran ejemplo en la conservación de la tradición

indígena, fabricación y diseños. La principal característica del poncho doble cara es que es pesado y su materia prima es la lana, utilizando la técnica de dos caras para su elaboración, una cara de color azul marino y la otra cara gris siendo este fabricado en telar de cintura (Catala, 1981). Debido a que son muy pocos artesanos los que saben esta técnica, la capacidad económica de adquisición es elevada y solo son elaborados bajo pedido.

Sin embargo, los artesanos de los cantones de Otavalo y Antonio Ante elaboran los llamados *chulla cara* que son de un solo color a un precio más accesible (Cuvi, 1994). Si bien es cierto es importante resaltar que la elaboración de los ponchos es realizada por los hombres, no obstante las mujeres y niños ocupan también un papel importante en esta labor, ya que ayudan con las tareas auxiliares tales como el escarmenado, lavado, hilado y retorcido de la lana (Otavalo.net, s.f.). Buscando de esta manera que los conocimientos de los padres sean transmitidos a sus hijos con la finalidad que las técnicas perduren de generación en generación para continuar con su tradición.

10.3.2. La Candonga de filigrana Chordelense

Según el sitio oficial de Bien Hecho en Ecuador (s.f.), la filigrana es la técnica utilizada para la elaboración de la Candonga, la cual se ha convertido en ícono de la orfebrería del Cantón Chordeleg de la Provincia del Azuay y por varios años la originalidad y calidad son las características principales de sus joyas, la cual en algunos casos se ve influenciada del arte precolombino y colonial. Las candongas son el accesorio esencial para su vestimenta festiva de las *cholas cuencanas*.

La técnica de la filigrana consiste en un tejido delicado de hilos de oro o de plata dándole forma hasta convertirlas en una joya exclusiva. En el 2004, se tuvo la iniciativa de hacer la “candonga más grande de mundo” que tuvo reconocimiento a nivel internacional y se encuentra exhibida en el museo Municipal de Chordeleg con dimensiones de 1,73 m de alto y 1,00 m de ancho la cual fue confeccionada por varios artesanos del cantón.

La candonga chordelense tiene la característica de tener la forma piramidal. En la parte superior consta de un trébol, seguido de dos medias lunas con asas colgadas de láminas que luego sus extremos quedan unidos al trébol y en la parte central se puede observar la hermosa y delicada técnica de la filigrana con los trabajos bordados con finísimos hilos de plata u oro como se muestra en la *Figura 7* (Semnario El Pueblo, 2012).



Figura 7. Partes de la candonga Chordelense
Fuente: (Semnario El Pueblo, 2012.)

10.3.3. Artesanías talladas en madera

El tallado en madera es una de las manifestaciones de la cultura de la provincia de Imbabura, específicamente en San Antonio de Ibarra, lugar donde la población ha heredado el talento artístico de crear y tallar, convirtiendo la madera en verdaderas obras de arte como se muestra en la *Figura 8*, con excelentes acabados en donde participan hombres y mujeres en la elaboración.



Figura 8. Figuras talladas en madera elaboradas en San Antonio de Ibarra
Fuente: Recolección de la investigación
Elaboración: propia

Según Cuvi (1994), los talladores de madera en San Antonio de Ibarra se han concentrado en el tallado de figuras religiosas manteniendo la tradición técnica y estilista de la Escuela Quiteña, así como también se han orientado en diseños de ámbito social.

La materia prima preferida para trabajar el tallado es la madera nogal ya que esta que no sufre deformaciones y es durable, aunque también se trabaja con maderas duras que se las coloca en reposo con el fin de depurarlas y darles forma como lo son naranjillo, cedro y laurel (ViajandoX consultores, 2011).

Para el proceso de elaboración se comienza haciendo dibujos en papel de lo que se quiere tallar para que sean calcados en la madera. Posteriormente, se lija, se pule y se cura la madera y como último paso se laca. Para la elaboración de cada pieza pueden variar de una semana a un mes dependiendo del tamaño y diseño que tenga.

10.3.4. El Sombrero fino de Paja Toquilla de Montecristi



Figura 9. Sombreros de paja toquilla
Fuente: Recolección de la investigación
Elaboración: propia

El sombrero de paja toquilla es un elemento que posee fama internacional y se ha convertido en artesanía ícono del país aunque aún se lo reconoce como *Panamá hat* (no debido a su origen, sino a su difundido uso durante la construcción del Canal de Panamá). Según Cuvi (1994), para la elaboración del famoso sombrero se comienza recogiendo la paja toquilla originaria de la provincia de Manabí, luego se quitan los filos de las hojas y las venas para luego proceder al cocinado y secado. Posteriormente, con la ayuda de una horma de madera, se va tejiendo para darle la forma apropiada, después pasa a la etapa de azocado para que la grasa de los dedos de las tejedoras sean eliminados, una vez esté seco se procede al hormado, planchado y maceteado. Los factores que determinan la calidad del sombrero son la clase de paja toquilla utilizada que se combina con la habilidad de uniformidad con la que la tejedora lo realice.

Según Catala (1981), en Azuay se agrupa la mayor producción de tejidos en toquilla, y debido a su gran flexibilidad se han creado nuevos modelos de sombreros

como se muestra en la *Figura 9*, ya sean éstas teñidas o con tejido calado, confeccionando nuevas variedades de productos como lo son muñecas, bolsos, cajas, individuales entre otros artículos.

10.4. Estrategias de difusión y promoción artesanal

Como estrategias de difusión se ha establecido que se utilizarán medios gráficos impresos como herramienta informativa, que muestre información atractiva que despierte en los visitantes interés por valorar el trabajo artesanal y a su vez que se de a conocer las características artesanales que forman parte del folklore del país y son poco difundidas.

Con el fin de que se den a conocer las artesanías íconos del país se ha planteado la propuesta de elaborar murales informativos como se muestra en la *Figura 10*, lo que permitirá a los visitantes leer y apreciar imágenes de los objetos artesanales.



Figura 10. Propuesta de diseños de murales informativos de tres artesanías íconos del Ecuador
Elaboración: propia

EL PRIMER MERCADO ARTESANAL DEL PAÍS



MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL
ECUADOR

LA CANDONGA CHORDELENSE



La filigrana es la técnica utilizada para la elaboración de la Candonga, la cual se ha convertido en ícono de la orfebrería del Cantón Chordeleg de la Provincia del Azuay. Esta técnica consiste en un tejido delicado de hilos de oro o de plata dándole forma hasta convertirlas en una joya exclusiva. En el 2004, se tuvo la iniciativa de hacer la “candoga más grande de mundo” que tuvo reconocimiento a nivel internacional y se encuentra exhibida en el museo Municipal de Chordeleg con dimensiones de 1,73 m de alto y 1,00 m de ancho la cual fue confeccionada por varios artesanos del cantón.

La candonga chordelese tiene la característica de tener la forma piramidal. En la parte superior consta de un trébol, seguido de dos medias lunas con asas colgadas de láminas que luego sus extremos quedan unidos al trébol y en la parte central se puede observar la hermosa y delicada técnica de la filigrana con los trabajos bordados con finísimos hilos de plata u oro.

Figura 11. Propuesta de diseño con información de la Candonga Chordelese
Elaboración: propia

EL PRIMER MERCADO ARTESANAL DEL PAÍS



MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL
E C U A D O R

ARTESANÍAS TALLADAS EN MADERA



El tallado en madera es una de las manifestaciones de la cultura de la provincia de Imbabura, específicamente en San Antonio de Ibarra, lugar donde la población ha heredado el talento artístico de crear y tallar convirtiendo la madera en verdaderas obras de arte, con excelentes acabados en donde participan hombres y mujeres en la elaboración.

La materia prima preferida para trabajar es la madera nogal ya que es que no sufre deformaciones y es durable, aunque también se trabaja con maderas duras que se las coloca en reposo con el fin de depurarlas y darles forma como lo son naranjillo, cedro y laure.

El tallado en madera es una de las manifestaciones de la cultura de la provincia de Imbabura, específicamente en San Antonio de Ibarra, lugar donde la población ha heredado el talento artístico de crear y tallar convirtiendo la madera en verdaderas obras de arte, con excelentes acabados en donde participan hombres y mujeres en la elaboración.

Figura 12. Propuesta de diseño con información de la artesanías talladas en madera
Elaboración: propia



MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL
ECUADOR

EL PONCHO DOBLE CARA DE OTAVALO



En cuanto a artesanías de tejidos se refiere, la provincia de Imbabura se distingue con el poncho de Otavalo el cual constituye un gran ejemplo en la conservación de la tradición indígena, en la fabricación y diseños. La principal característica del poncho de Otavalo es que es pesado y su materia prima es la lana, utilizando la técnica de dos caras para su elaboración, una cara de color azul marino y la otra cara gris siendo este fabricado en telar de cintura (Catala, 1981). Debido a que son muy pocos artesanos los que saben esta técnica, la capacidad económica de adquisición es elevada y solo son elaborados bajo pedido.

Si bien es cierto es importante resaltar que la elaboración de los ponchos es realizada por los hombres, no obstante las mujeres y niños ocupan también un papel importante en esta labor, ya que ayudan con las tareas auxiliares tales como el escarmenado, lavado, hilado y retorcido de la lana.

Figura 13. Propuesta de diseño con información del poncho doble cara de Otavalo
Elaboración: propia

Como otra de las estrategias para la difusión, se podría proyectar videos sobre las técnicas de elaboración de las artesanías ecuatorianas, ya que el Mercado Artesanal Guayaquil cuenta en la actualidad con 2 Televisores LCD que fueron adquiridos por la autogestión de la Asociación “20 de julio”. Como se muestra en *Figura 14*, sería un modelo de propuesta para que sea implementado en la planta alta del establecimiento.



Figura 14. Modelo de propuesta para poner LCD para proyectar videos de elaboración de artesanías
Elaboración: propia

Adicional a lo mencionado se propone colocar banners en donde los visitantes puedan escanear desde su dispositivo móvil, la guía turística Guayaquil móvil como se muestra en la *Figura 15*, en donde se pretende proponer que en la sección del Mercado Artesanal se suba información concerniente a las artesanías íconos del país. Se pretende que estos banner estén ubicados en algunas de las ocho entradas que tiene el mercado. **(Ver Anexo H)**



Figura 15. Propuesta de banners del Mercado Artesanal Guayaquil
Elaboración: propia

Otra de las estrategias de difusión es hacer un único tríptico con un diseño que interese más al público, en el cual se describe la variedad artesanal ecuatoriana provenientes de los diferentes rincones del país que se comercializan en el Mercado Artesanal Guayaquil. Este tríptico como se lo puede observar en las Figuras 15 y 16, sustituiría al tríptico antiguo que por muchos años ha servido de promoción (**Ver Anexo G**) y que sin embargo no llama la atención por su anticuado diseño.

Para el nuevo diseño se ha utilizado el logo actual del establecimiento, con información general del M.A.G y de la diversidad artesanal que se ofrece con texto en español e inglés. Para lo cual se ha recopilado información importante y más sobresaliente de la variedad artesanal colocando fotos atractivas con el propósito de llamar la atención y despertar interés por el trabajo artesanal.

MUCHO MÁS POR CONOCER
MUCH MORE TO KNOW

Guayaquilmóvil

- Donde ir / Where to go
- Hoteles / Hotels
- Restaurantes / Restaurants
- Entretenimiento / Entertainment
- Tiendas / Stores
- Consulados / Consulates
- Transporte / Transport
- Servicios / Services



• BLACKBERRY: Aplicación "MÓVIL" "Escanea el código de barras" www.mog.ec/gpe
 Descarga: "30 Códigos Business Plan"
 • IPHONE: Descarga: "Móvil" www.mog.ec/gpe
 • ANDROID: Descarga: "Guayaquil Móvil" www.mog.ec/gpe
© 2014 Guayaquil. Hecho en Ecuador

Guayaquilmóvil
 Guía turística



Honorable Consejo Cantonal de Guayaquil
 MOVIMIENTO
 EQUIPO

Escanea y observa todo lo que Guayaquil tiene preparado para ti...

Sacan and see what Guayaquil has in stock for you...



Es el primer mercado artesanal del país. La gran diversidad y originalidad de las artesanías ecuatorianas es muy amplia y son exhibidas en sus 175 tiendas distribuidas en dos plantas a excelentes precios. En el segundo piso cuenta con un centro de información y entretenimiento para el deleite de los visitantes. Contamos con estacionamientos y seguridad privada.

It is the first handicraft market in the country. The wide diversity and originality of Ecuadorian crafts are displayed around their 175 stores, and they are distributed on two floors at great prices. On the second floor, it has an information and entertainment center to the delight of visitors. There are parking spaces and private security.



Horarios de atención / Opening hours:

LUN – SAB / MON – SAT
 9am – 7pm
DOM / SUN
 10am – 5pm

Av. Baquerizo Moreno
 entre Av. Juan Montalvo y calle Loja
 Guayaquil – Ecuador



MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL
 ECUADOR

Figura 16. Propuesta diseño tríptico parte externa
 Elaboración: propia



TEJIDOS Y BORDADOS / FABRIC



Los tejidos forman parte importante de la cultura ecuatoriana, los artesanos plasman sentimientos y emociones en estas prendas. En la actualidad se produce variedades de prendas elaborados en lana natural, sintética y algodón. The fabric has become an important part of Ecuadorian culture. Artisans express feelings and emotions in these clothes. Currently the fabrics are made of natural wool, synthetic and cotton.

MADERA / WOOD



El tallado en Madera es la manifestación de la cultura de San Antonio de Ibarra y se ha convertido en una actividad artesanal importante, con sus originales diseños y excelentes acabados. The wood carving is the manifestation of the culture of San Antonio de Ibarra and it has become an important handicraft, with their original designs and excellent finishes.

CERÁMICA / CERAMICS



Preciosos adornos para decorar el hogar, siendo el arte en cerámica una tradición. Precious ornaments to decorate the home, being the ceramic art a tradition.

CUERO / LEATHER



Contamos con varios locales de las más finas pieles y en la más variada gama de artículos como: chompas, bolsos, billeteras, zapatos, etc. We have several stores of the finest skin and the most varied of articles: coats, handbags, wallets, shoes, etc.

BARRO / MUD



Antigua actividad de nuestros indígenas que lo utilizaban para realizar utensilios de cocina, adornos de hogar y figuras representativas de su época. Our natives used it to make kitchenware, home decorations and representative figure of his time.

PAJA / STRAW



Los famosos sombreros de paja toquilla son reconocidos internacionalmente, ganando un espacio por su calidad y prestigio. The famous paja toquilla hats are recognized internationally, winning a space for its quality and prestige.

PINTURAS / PAINTINGS



Nuestros artistas mantienen en exhibición sus pinturas en óleo, acuarela, acrílico, etc. Our artists keep on display his paintings in oil, watercolor, acrylic, etc.

TAGUA / LEATHER



También conocida como marfil vegetal, se la obtiene de la semilla de una palma que crece en la zona subtropical del Ecuador. Los artesanos tallan esta semilla, hasta obtener figuras decorativas y bisuterías. Also known as vegetable ivory, tagua is obtained from the seed of a palm that grows in the subtropical region of Ecuador. Artisans carve this seed, to get decorative figures and jewelry.

MÁRMOL / MARBLE



De las minas de Portovelo y San Bartolo exhibimos un amplio stock de adornos para el hogar en mármol. From the mines of Portovelo and San Bartolo. It exhibits a large stock of home decorations in marble.

INSTRUMENTOS MUSICALES / MUSICAL INSTRUMENTS



Nuestros artesanos dan forma a una amplia variedad de instrumentos musicales autóctonos como la zampona, rondador, quena, charango, etc. Our artisans made a wide variety of native musical instruments like zampona, rondador, quena, charango, etc.

JOYAS Y BISUTERÍA / JEWELS



Milenaria actividad artesanal que la practican nuestros orfebres ubicados en los talleres ubicados en la planta alta del Mercado Artesanal Guayaquil, especializados en: oro, plata, bronce, etc. Millennial handmade activity that our goldsmiths practice in the shops located on the second floor in the Mercado Artesanal Guayaquil specializes in: gold, silver, bronze, etc.

Figura 17. Propuesta diseño tríptico parte interna
Elaboración: propia

11. ANÁLISIS FINANCIERO

El análisis financiero que se va a mostrar a continuación corresponde únicamente a los gastos que ha conllevado la realización del estudio de la presente investigación para desarrollar un plan de difusión de las artesanías íconos del Ecuador.

11.1. Inversión inicial

Tabla 12. Inversión inicial de la investigación

INVERSION INICIAL			
GASTOS	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
SUMINISTROS DE OFICINA			
Servicio internet fijo	1	\$ 34,00	\$ 34,00
Copias	500	\$ 0,03	\$ 15,00
Tablero para realizar encuestas	4	\$ 2,80	\$ 11,20
Resma de hojas A4	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Cartuchos de impresora	2	\$ 33,00	\$ 66,00
Total suministros de oficina			\$ 130,20
MOVILIZACIÓN			
Gasolina (auto propio)	14	\$ 5,00	\$ 70,00
Viáticos (alimentación)	14	\$ 2,00	\$ 28,00
Total movilización			\$ 98,00
RECURSOS VARIOS			
Diseño gráfico	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Eventualidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Encuestador (alimentación) *	5	\$ 15,00	\$ 75,00
Total recursos varios			\$ 275,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			\$ 503,20

Elaboración: propia

Descripción de la inversión inicial	
Suministros de oficina	\$ 130,20
Movilización	\$ 98,00
Total recursos varios	\$ 275,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 503,20

Para la realización de la presente investigación se toma en cuenta una inversión inicial de \$503,20 como se lo detalla en la *Tabla 12*, correspondiente a gastos que se han a presentado a lo largo de la investigación.

Los gastos expuestos, no son elevados debido a que el investigador no ha tenido que incurrir en gastos de equipos como laptop, ni muebles de oficina. El rubro correspondiente a copias se refiere al número de copias que se sacó para las encuestas, asimismo copias de libros de bibliotecas con el fin de realizar la investigación de las artesanías ecuatorianas y con relación a la movilización se ha tomado en cuenta únicamente la gasolina ya que se cuenta con auto propio.

* Con respecto a los encuestadores, se ha seleccionado a cuatro familiares de la investigadora y se le canceló \$15 a cada persona por concepto de alimentación.

11.2. Balance inicial

Tabla 13. Balance inicial de la investigación

BALANCE INICIAL	
ACTIVOS	
<u>CORRIENTE</u>	
Caja / Banco	\$373,00
Total activos corrientes	\$373,00
<u>FIJOS</u>	
Total suministros de oficina	\$130,20
Total activos fijos	\$130,20
TOTAL DE ACTIVOS	\$503,20
PASIVOS	
<u>PATRIMONIO</u>	
Capital	\$503,20
Total patrimonio	\$503,20
TOTAL DE PASIVOS	\$503,20

Elaboración: propia

11.3. Honorarios de investigadora

CARGO	DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN
NUMERO SOCIOS	175
CUOTA	\$ 8,00 (**)
Total	\$ 1.400,00

(**) Se pretende asignar una cuota correspondiente a \$8 a cada socio de la Asociación de Artesanos "20 julio" por la investigación.

Este monto se ha seleccionado debido a que el nivel económico de los arrendatarios de los locales no es elevado.

11.4. Presupuesto

Tabla 14. Presupuesto y ganancia de la investigación

PRESUPUESTO	
RUBROS	SUBTOTAL
HONORARIOS	
Directora de la investigación	\$ 1.400,00
Total directora investigación	\$ 1.400,00
MOVILIZACIÓN	
Gasolina	\$ 30,00
Viáticos	\$ 20,00
Total movilización	\$ 50,00
OTROS	
Telefonía móvil	\$ 15,00
Total otros	\$ 15,00
MATERIALES PARA REPORTE	
Resma papel A4	\$ 4,00
Cartucho de impresión	\$ 33,00
Empastado	\$ 8,00
Anillado	\$ 3,00
Copias	\$ 3,00
Total materiales reporte	\$ 51,00
Costo total de la investigación	\$ 1.516,00
(-) inversión inicial	\$ 503,20
GANANCIA	\$ 1.012,80

Elaboración: propia

11.5. Análisis de impactos

11.5.1. Económico

De acuerdo a Condori (2006), una de las actividades que actualmente ofrece mejores oportunidades para el desarrollo económico en varios países es el turismo y se lo puede apreciar ya que la tendencia por viajar ha ido creciendo, y como consecuencia se ha visto un notable ascenso económico. Del mismo modo es necesario responder con las exigencias que el turista actual requiere, en donde las nuevas motivaciones de viajes se enfocan a la valoración de aspectos ambientales y culturales.

Sin duda, Guayaquil se ha convertido en una ciudades del Ecuador que recibe una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros, quienes aparte de disfrutar de los atractivos turísticos que ofrece la ciudad, también se interesan por la artesanía ecuatoriana que forma parte de la cultura del país, convirtiendo a los mercados artesanales en lugares de visita obligatoria para la adquisición de las mismas, y tal y como se ha mencionado en párrafos anteriores de acuerdo a un artículo publicado en el Diario El Nuevo Empresario (2009), el Mercado Artesanal “Guayaquil” es el más visitado de la ciudad.

Una vez mencionado esto, la propuesta pretende que los visitantes aparte de comprar las artesanías en el mencionado mercado, también se interesen por saber acerca de artesanías que no han sido muy conocidas y que son íconos del país a través de medios gráficos e información atractiva. La implementación del plan generará impactos económicos evidentes, debido a que los turistas extranjeros serán motivados a comprar más artesanías, sobre todo las que no se conocen mucho provocando mayor afluencia de visitantes, lo cual dará como resultado mayores entradas de divisas favoreciendo al crecimiento de la economía del país.

Asimismo, al haber mayor demanda artesanal se generará impactos positivos hacia los artesanos ecuatorianos, ya que habrá creación de empleos para personas directa e indirectamente vinculadas a esta actividad que intervienen en la

obtención de materias primas y fabricación de estos objetos, alcanzando mayores ingresos económicos para sus comunidades, favoreciendo de igual manera a quienes las comercializan, influyendo de manera positiva al desarrollo económico y productivo del país.

Cabe mencionar que en un estudio del sector artesanal ecuatoriano realizado por Franco en el 2006, señala la importancia del sector artesanal, el cual ha generado empleos a más de 1.500.000 artesanos, de los cuales el 85% de éstos han sido titulados por la JNDA⁴, asimismo existen los talleres artesanales a nivel nacional de las múltiples ramas de producción artesanal que han aportado a la creación de empleos.

11.5.2. Socio – cultural

La artesanía ecuatoriana constituye una manifestación cultural en la cual los artesanos con sus hábiles manos convierten la materia prima en verdaderas obras de artes y en ellas se plasman la cultura e identidad de sus pueblos. Estos elementos causan impacto en la población local y admiración de los turistas extranjeros por su variada riqueza artesanal.

Entre los impactos positivos socioculturales, que este proyecto de tesis generaría a los visitantes del Mercado Artesanal “Guayaquil”, sería fortalecer el valor cultural y de pertenencia de las artesanías íconos del país lo que motivaría a los visitantes a apreciar el esfuerzo de los artesanos y del mismo modo a rescatar y mantener las costumbres y tradiciones de las comunidades que elaboran éstas artesanías, aportando de esta manera al desarrollo turístico y cultural del país.

Otro impacto positivo para el sector artesanal que es necesario mencionar, es que los artesanos seguirán transmitiendo sus enseñanzas de generación en generación con el propósito de seguir conservando las destrezas y técnicas de

⁴ Junta Nacional de Defensa del Artesano, Institución pública rectora de la formación, titulación y calificación artesanal a nivel nacional.

elaboración que hacen que sus objetos artesanales sean originales y de finos acabados, los cuales podrán ser valorados por quienes visiten el mercado.

Por otro lado, en el 2007, el grupo de trabajo de mercadeo para el Plandetur⁵ 2020 analizó el portafolio de productos turísticos ecuatorianos y dentro del turismo cultural se agrupó a los mercados artesanales y las artesanías como variedades de productos específicos. Es por esto que la propuesta expuesta, busca fortalecer a los productos artesanales íconos del país, de manera que la visita al Mercado Artesanal “Guayaquil” vaya complementando los demás productos turísticos que se ofertan en la ciudad, generando un impacto cultural en los visitantes.

11.5.3. Ambiental

De la misma forma en que se generan impactos económicos y socioculturales, también se crean impactos ambientales que afectan directa o indirectamente al entorno por más pequeño que sea el proyecto. Esto es debido a que toda actividad que ocupe un determinado lugar, produce impactos ambientales en el sitio donde se lo realice.

Por eso es necesario analizar los posibles impactos ambientales que esta propuesta ocasionaría, ya que se presentarán factores que intervengan en la alteración del medio ambiente. Si la propuesta es implementada, esto produciría un mayor incremento de visitantes en el Mercado Artesanal “Guayaquil”, y por consiguiente mayor circulación de peatones y vehículos en la zona. Por lo que habría mayor dificultad en controlar el comportamiento de todos los visitantes, con respecto a que no arrojen desperdicios dentro y fuera del sitio.

Con lo mencionado en el párrafo anterior, se involucrarían a los arrendatarios de los locales del mercado junto con la administración municipal para que coloquen basureros según los tipos de desechos como son los orgánicos, vidrios

⁵ Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador

y cartones para mitigar la contaminación dentro y fuera del lugar con el propósito de tener un mejor manejo de desechos y mantener un buen aspecto en la limpieza.

Del mismo modo, se ha pensado en proponer como instrumentos de promoción paneles con fotografías e información atractiva de artesanías íconos del país y a su vez proyectar videos concernientes a la elaboración de artesanías en LCD proporcionados por los administradores del mercado, con el objetivo de no generar mucha información impresa como volantes, dípticos, brochures, entre otros, ya que la mayoría de los visitantes quizás las boten. Es por eso que se ha reducido únicamente a diseñar un tríptico para quienes estén interesados en llevar información general en físico de las artesanías que se comercializan en el lugar.

Asimismo al haber mayor incentivo en la adquisición de objetos artesanales, esto crea una mayor demanda artesanal lo que implica que los participantes involucrados en la elaboración de las artesanías también soliciten más materias primas para la fabricación de las mismas. Tal es el caso de las artesanías talladas en madera, cuya materia prima es generalmente la madera nogal, la cual constituye la utilización de este recurso natural.

Por otro lado se puede mencionar, que entre los impactos negativos que se presentan al momento de la elaboración de las artesanías, es la utilización de colorantes químicos que al ser utilizados para la fabricación de artesanías textiles podrían afectar a la salud de los artesanos y al mismo tiempo al medio ambiente si son utilizados en grandes cantidades y sin las debidas precauciones.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a lo que se ha expuesto en este trabajo de investigación se ha llegado a la conclusión de que por medio de una difusión atractiva de ciertos elementos artesanales íconos del Ecuador, se puede generar en los visitantes del Mercado Artesanal Guayaquil un mayor interés por conocer y fortalecer la riqueza artesanal con la que goza el país, fomentando la adquisición de éstas.

Una vez realizada la investigación de mercado junto con los análisis de las encuestas, se puede decir que la propuesta tiene una buena aceptabilidad de parte de los visitantes y vendedores, en donde se crea un alto nivel de interés de los turistas nacionales y extranjeros que a diario recibe el Mercado Artesanal Guayaquil, en donde ellos estarán interesados en recibir información de las artesanías que son íconos del país y de las que no son muy conocidas, aportando de manera positiva a la cultura, economía y turismo de la ciudad.

En efecto, es importante mencionar que la riqueza artesanal que posee el Ecuador es muy variada, por lo tanto mediante la difusión y promoción de las artesanías escogidas y de la recopilación de información de las artesanías a difundir, se pretende potencializar también el trabajo de los hábiles artesanos, quienes han heredados conocimientos y técnicas artesanales tradicionales de sus antepasados para que sigan siendo transmitidas a sus descendientes y continúen fabricando sus productos, ya que en muchos de los casos no se valora el arduo trabajo que conlleva la elaboración de las mismas.

Las estrategias de difusión que se han propuesto a través de los medios gráficos tienen el propósito de facilitar información a los visitantes para que conozcan y aprecien ciertos objetos artesanales que pocas veces se sabe de su elaboración o del significado cultural de las artesanías dándole un valor agregado a la visita del mercado en mención y despertar el interés de los visitantes por adquirirlas.

No se puede concluir sin dejar de decir que el Mercado Artesanal Guayaquil es sin duda un lugar donde se comercializan objetos artesanales que provienen de los diferentes rincones del país y un lugar donde puede ser factible el desarrollo de la idea expuesta, con el fin de preservar las expresiones del arte popular y darlas a conocer, fortaleciendo la identidad cultural de los pueblos ecuatorianos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abascal, E. & Grande, I. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid: ESIC Editorial.

Arévalo, M., & Talonia, M. (2004). Un sistema de turismo para la promoción y difusión de los procesos y la producción de las principales artesanías del estado de Puebla. [Tesis, Universidad de las Américas de Puebla]. Recuperado de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/arevalo_r_my/capitulo_1.html

Catala, F. (1981). *Arte Popular de América*. Barcelona: Editorial Blume.

Cuvi, P. (1994). *Artesanías del Ecuador*. Quito: Dinediciones.

Condori, S. (2006). Estrategias de promoción y difusión de los atractivos turísticos del municipio de Curahuara de Carangas. [Tesis, Universidad Técnica de Oruro]. Recuperado de: <http://tesis.dpicuto.edu.bo/facultad-de-derecho-ciencias-politicas-y-sociales/carrera-de-antropologia/619-estrategias-de-promocion-y-difusion-de-los-atractivos-turisticos-del-municipio-de-curahuara-de-carangas.html>

De la Torre, O. (1980) *Turismo, fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.

De Oliveira, G. (2007, marzo). *Estudios y perspectivas en turismo* [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100005&lng=es&nrm=iso

Desde Guayaquil. (2010, Noviembre 3). *Mercado Artesanal acogió festival de danza* [Sitio blog]. Recuperado de: <http://desdeguayaquil.wordpress.com/2010/11/03/el-mercado-artesanal-acogio-festival-de-danza/>

Ecuador a la carta. (2009, Agosto 7). *Mercado Artesanal Guayaquil* [Sitio blog]. Recuperado de: <http://blog.espol.edu.ec/lictur/2009/08/07/mercado-artesanal-de-guayaquil/>

El Nuevo Empresario. (2009, Octubre 9). *El mercado que más visitan los turistas en Guayaquil* [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.elnuevoempresario.com/turismo_13778_el-mercado-que-ms-visitatan-los-turistas-en-guayaquil.php

El Universo. (2002, Abril 3). *Artesanales ecuatorianas se venden en el remodelado Mercado Sur* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2002/04/03/0001/18/1DFB7EBFC73C4C479158ED9575391AD1.html>

El Universo. (2003, Enero 7). *Ocupantes del Mercado Artesanal de Machala resignados al traslado* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2010/10/06/1/1445/3-mercados-artesanales-turista.html>

El Universo. (2010, Octubre 6). *3 mercados artesanales* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/2010/10/06/1/1445/3-mercados-artesanales-turista.html>

Espejel, C. (1972). *Las artesanías tradicionales en México*. México: Secretaría educación pública.

Flores, D. (2007). Análisis de la oferta y la demanda turística del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche [Tesina, Universidad Internacional de Andalucía]. Recuperado de: http://dspace.unia.es/bitstream/10334/28/1/0021_Flores.pdf

Forcada, A., Freire, P., González, F., Picornell, M., Rojo, J. & Rozas, I. (1998). *Turismo cultural en Palma* [Documento PDF]. Recuperado de: <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:Gm0lY0JjnA4J:www.cervantesvirtual.com/descargaPdf/turismo-cultural-en-palma-0/+turismo+cultura+en+palma&hl=es-419&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEESjSLW3MD58H-nzs8mvHfhV9Wtrz->

zQPo1ybqwDGENYDbhnlSndAJZ6ORkqqrV4E6KeK4qOuucmT6qBoOGLS
-
q5FbvdZywhpVdyAgBoxxn65SURDqjQ3E6BFuBEG6aspvoUT4hts&sig=A
HIEtbRfIxGEXVtzofjvNzWzvjUFdpQucQ

Franco, J. (2006). *Estudio del sector artesanal de Ecuador* [Documento PDF].
Recuperado de:
[http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/
presentacionJoseFranco.pdf](http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacionJoseFranco.pdf)

Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*.
Córdoba: Brujas.

Gornés, J. (1997). “El patrimonio histórico insular como factor de desarrollo
sostenible”. I conferencia Europea sobre desarrollo sostenible de las islas,
Menorca, Abril 23-26, 1997.

Hernández-Díaz, J. & Zafra, G. (s.f.). *Artesanas y artesanos; creación, innovación y
tradición en la producción de artesanías*. México: Plaza y Valdes.

Herrera, J. (2009). *Investigación de mercados*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Herrera, N. & Jaramillo, K. (2011). *Estudio propuesta para el posicionamiento de la
artesanía patrimonial del Ecuador: Informe final*. Quito: El Conejo.

Herrería, P. (2002). *Ecuador, un país en imágenes*. Quito: El Conejo.

Lavaur, L. (1974). *El turismo en su historia*. Barcelona: Editur.

Marzano, G. (2011). Informe de segmentación del sector turístico ecuatoriano.
Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., Grande, I. & Estévez, M. (2010). *Introducción a
la investigación de mercados*. Madrid: ESIC Editorial.

Morales, A. & Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión, evaluación y formulación*.
México: Mc Graw Hill Educación.

- Otavalovirtual.com. (s.f.). *El poncho* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.otavalovirtual.com/artesantias/ponchos.htm>
- Ramos, D. & Muñón, E. & Calderón, A. (2000, Junio 15). *Artesanía, una producción local para mercados globales*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/rjave/mesa2/ramos.pdf>
- Rodríguez, E. (2005). *Metodología de la investigación*. México: UJAT.
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall.
- Santos, J. (s.f.). *La difusión y la promoción del arte y la cultura en Veracruz* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/rucc/17-18/jcsm.htm>
- Semanario El Pueblo. (2012, Julio 10). *La candonga, ícono de la filigrana chordelense* [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.semanarioelpueblo.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=682:la-candonga-icono-de-la-filigrana-chordelense&catid=38:chordeleg
- Sitio oficial Bien hecho en Ecuador. (s.f.). *La joyería en Ecuador como una identidad artesanal y cultural* [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.bienhechoenecuador.org/en/component/content/article/51-joyeria-en-ecuador>
- Tourism & Leisure Europraxis Consulting. (2007). *Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “ PLANDETUR 2020”*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID)
- Vásquez, G. (2005). *Guía turística y ecológica: Ecuador en la mitad del mundo*. Quito: Voluntad.
- ViajandoX consultores. (2011). *Artesanías de San Antonio de Ibarra*. Recuperado de: <http://www.viajandox.com/imbabura/artesantias-san-antonio-ibarra.htm>

Villao, C. & Moreno, R. & Rendón, A. (2011). Planteamiento de Estrategias para Posicionar al Centro Comercial Artesanal Machala (CCAM) como un Sitio de Interés Turístico de la Ciudad de Guayaquil [Tesis, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Recuperado de:
<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/19076/1/ResumenTesis%20VM%20para%20CICYT%20Aprobado%20-%20ARendon.pdf>

ANEXOS

ANEXO A. MERCADOS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Centro Comercial y artesanal Machala (C.C.A.M.)



Fuente: Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil

Mercado artesanal Malecón 2000



Fuente: Recolección de la investigación
Elaboración: propia

Mercado Artesanal Guayaquil (M.A.G.)



Fuente: Recolección de la investigación
Elaboración: propia

ANEXO B. FORMATO DE ENCUESTA

	UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
---	---

La presente encuesta tiene por objetivo identificar la acogida del público actual para la promoción y difusión de artesanías íconos del Ecuador en el Mercado Artesanal Guayaquil, de antemano se agradece por su tiempo.

Sexo: M F

1. ¿Considera usted que el Mercado Artesanal Guayaquil es un sitio turístico para la ciudad?

SI NO

2. ¿Considera usted que las artesanías del Ecuador forman parte de la cultura del país?

SI NO

3. ¿Cree usted que asignando un espacio para difundir las artesanías íconos del Ecuador en el Mercado Artesanal Guayaquil se generaría un mayor interés cultural?

SI NO

4. ¿Considera que la promoción de las principales artesanías influya en la compra de las mismas?

SI NO

5. Al momento de comprar artesanías usted conoce de:

- Materias primas utilizadas.
- Procedencia.
- Técnicas de elaboración.
- Ninguna de las anteriores.

6. Considera usted que la información que brindan los comerciantes acerca de las artesanías ecuatorianas es:

- Excelente
- Buena
- Regular
- No se brinda información

7. De los tipos de artesanías ¿cuál es la que más le llama la atención al momento de comprar? :

- MADERA
- TEJIDOS
- PAJA
- TAGUA
- CUERO
- BARRO

OTROS _____

8. Señale cuál de estos íconos artesanales ecuatorianos conoce :

- SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA
- OBJETOS DE TAGUA
- EL PONCHO DOBLE CARA DE OTAVALO
- TALLADOS EN MADERA DE SAN ANTONIO DE IBARRA
- LA CANDONGA DE FILIGRANA CHORDELENSE

¡MUCHAS GRACIAS!

INGLES



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA

This survey aims to identify the acceptance for the promotion and dissemination of Ecuadorian handicrafts icons in Mercado Artesanal “Guayaquil”, we kindly ask you to grant us a few minutes.

Gender: M F

1. Do you consider that Mercado Artesanal Guayaquil as a tourist site for the city?

YES NO

2. Do you think that Ecuadorian crafts are part of the country's culture?

YES NO

3. Do you think that assigning a space to promote Ecuadorian handicrafts icons in Mercado Artesanal Guayaquil will generate more cultural interest?

YES NO

4. Do you think that the handicrafts promotion influences in buying them?

YES NO

5. While buying crafts you know of:

- Raw materials used
- Origin.
- Manufacturing techniques.
- None of above.

6. Do you think that the information about Ecuadorian handicraft provided by the dealers is:

- Excellent
- Good
- Regular
- No information is given

7. What handicraft calls you the attention the most when buying? :

- WOOD
- FABRIC
- STRAW
- TAGUA
- LEATHER
- MUD

OTHERS _____

8. Which of these Ecuadorian handicrafts icon do you know:

- PAJA TOQUILLA HAT or PANAMA HAT
- TAGUA ORNAMENTS
- THE DOUBLE FACE PONCHO FROM OTAVALO
- WOOD CARVING FROM SAN ANTONIO DE IBARRA
- THE CANDONGA CHORDELENSE

THANK YOU!

ANEXO C. PLANTA ALTA DEL M.A.G.



Plazoleta y locales





Espacio donde se pretende difundir artesanías (planta alta)



Fuente: Recolección de la investigación
Elaboración: propia

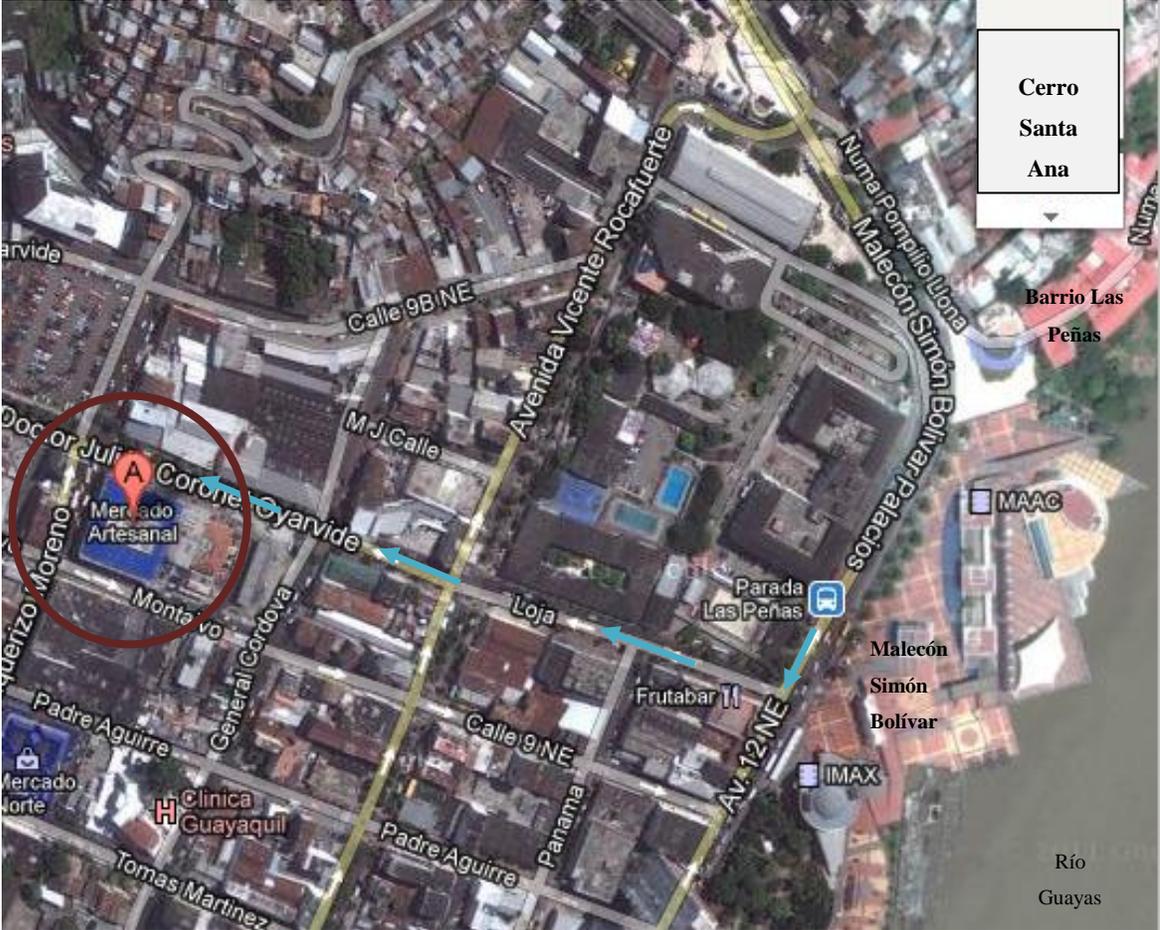
ANEXO D. PROPUESTA DE LETRERO ALUSIVO AL SUBIR A LA PLANTA ALTA DEL M.A.G.



Fuente: propia

ANEXO E. UBICACIÓN DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL

Vista aérea





ANEXO F. LOGO DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL



Fuente: proporcionada por la Asociación de Artesanos 20 de Julio

ARTESANIAS EN:

MADERA

Se ha convertido en una importante actividad artesanal por sus tallados a mano y sus caprichosas formas, las artesanías de madera son una de las más exhibidas en nuestros locales del Mercado Artesanal.

WOOD

It has become an important handmade activity for their carved by hand and their capricious shapes, the wooden crafts are of most exhibited in the Mercado Artesanal.

PINTURAS

Nuestros artistas mantienen en el Mercado Artesanal su principal vitrina de exhibición de sus pinturas en óleo, acuarela, acrílico, etc.

PAINTINGS

Our artists maintain in the Mercado Artesanal their main glasses of exhibition their paintings in Oil, watercolor, acrylic, etc.

MARMOL

De las minas de Portovelo y San Bartolo exhibimos un amplio stock de adornos para el hogar en mármol.

MARBLE

Portovelo's and San Bartolo mines, exhibit a wide stock of decorations for the home in marble.

CERAMICA

CERAMICS

Beautiful adornments for decorate the home, round table, art in ceramic is our tradition.

JOYAS Y BIJUTERIA

Milenaria actividad artesanal que la practican nuestros orfebres en los talleres ubicados en la planta alta del Mercado Artesanal nos especializamos en: Oro, Plata, Bronce, etc.

JEWELS

Millennial handmade activity that our goldsmiths practice in the shops located in the high plant of Mercado Artesanal specializes in: Gold, Silver, Bronze etc.

CUERO

Contamos con varios locales comerciales en el Mercado Artesanal de las más finas pieles y en la más variada gama de artículos: chompas, maletines, billeteras, zapatos, etc.

LEATHER

We have several stores in the Mercado Artesanal of the finest skins and the most varied of articles: chompas, coats, handbags, wallets, shoes, etc.

TAGUA

Somos distribuidores de diversas artesanías de Tagua adornos para el hogar, juegos de ajedrez, etc.

We are distributors of diverse craftsmanship of Tagua, decorations for the home, chess games, etc.

BARRO

Antigua actividad de nuestros indígenas que lo utilizaban para realizar utensilios de cocina, adornos para el hogar y figuras representativas de su época.

MUD

Our natives used it to do kitchen utensils, Long activity for the decorations of home and representative figures of their time.

INSTRUMENTOS MUSICALES

Nuestros artesanos dan forma a una amplia variedad de instrumentos musicales, como la zampoña, rondador, quena, charango, etc.

MUSICAL INSTRUMENTS

Our craftsmans give form to variety of musical instruments, as the Pan-pipes, rondador, quena, charango, guitar, etc.

TEJIDO

Utilizado para protegerse del clima al inicio fue de lana de oveja (cobijas, abrigos, ponchos, etc). Hoy se ha convertido en una importante industria que produce variedad en lana natural, sintética y algodón.

FABRIC

Used for protecting from the climate. First was made of sheep' wool. (Cover, coats, ponchos, etc). Today it has become an important industry that produces variety in natural and, synthetic and cotton.

PAJA

De reconocimiento internacional nuestros sombreros de paja toquilla se han ganado un espacio por su calidad y prestigio.

STRAW

International recognition, our hats of straw knitted shawl won have a space for their quality and prestige.

ANEXO H. PLANO DEL MERCADO ARTESANAL GUAYAQUIL (PLANTA BAJA)

