



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE  
GOBIERNOS SECCIONALES

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

*“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”*

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES

**AUTOR:** GUALSAQUÍ M, Waldo Germánico

**DIRECTOR:** ECO. SANTACRUZ, Rubén

Ibarra, junio del 2012

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio en la investigación arrojó, que, la parroquia de San Rafael cuenta con patrimonio tangible e intangible, fiestas culturales dignas de ser aprovechadas en beneficio de la población; la misma muestra dificultades económicas con el 65% de la población con un ingreso menor a 200 USD, evidenciando un alto índice de pobreza; además el 83% de la muestra es analfabeto o terminado la primaria, reduciéndose las oportunidades de un empleo fijo, donde su mayoría trabaja en agricultura o un negocio propio. El objetivo de este trabajo es recuperar este patrimonio tangible e intangible y exponer en el “CENTRO CULTURAL ESENCIA DE CURACAS” para generar una innovadora alternativa turística, ya que no se identificó competencia lo cual es altamente beneficioso; Otavalo recibe a 200.000 turistas al año, entre nacionales y extranjeros. El 56% de nacionales y el 72% de extranjeros prefieren el turismo cultural y se han sentido muy satisfechos de los servicios recibidos en eventos así; se cuenta con vías de acceso vehicular y se dispone de servicios básicos esenciales. Las estrategias de comercialización se aprovechará hábilmente a los Gobiernos Autónomos Descentralizados de San Rafael, Otavalo y Provincial de Imbabura; ministerios de Cultura y Coordinador de Patrimonio, quienes promocionan constantemente las actividades. La inversión total es de 1.003.257,82 USD entre fijas, diferidas y el capital de trabajo, que serán aportados por las comunidades, sector, gobiernos autónomos y ministerios; En el análisis financiero se determinó que el proyecto no es factible económicamente porque no se recupera a corto plazo la inversión, pero a mediano plazo sí. El gran impacto que genera es en lo cultural y social de la población, mejorando así la calidad de vida, el proyecto no tiene crédito financiero, es inversión pública. Por sus características se constituirá una economía mixta sin fines de lucro, con administración técnica, fiscalización y vigilancia; se procurará la innovación para mantenerse a la vanguardia, donde se respete a la naturaleza, se emplee la mano de obra local, se permita las prácticas académicas de los estudiantes, se conforme organizaciones comunales y parroquiales para que brinden servicios adicionales, cumpliendo la intencionalidad del autor en el estudio con misión social y de servicio.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present study in research threw, which, the parish of San Rafael has tangible and intangible heritage, cultural feasts worthy to be exploited for the benefit of the population; the same sample hardship with 65% of the population with a income less than 200 USD, demonstrating a high rate of poverty; rest 83% of the sample is illiterate or finished elementary school, reducing opportunities for a permanent job, where the majority works' in agriculture or business. The objective of this work is to retrieve this tangible and intangible heritage and exhibit at the "CENTRO CULTURAL ESENCIA DE CURACAS" to generate an innovative alternative tourism, since competition is not identified which is highly beneficial; Otavalo receives 200.000 tourists per year, between nationals and foreigners, the 56% of national and 72% of foreigners prefer cultural tourism and have felt very satisfied of services received at events as well. There are vehicular access roads and basic essential services are available. Marketing strategies will be used skillfully to the decentralized autonomous governments of San Rafael, Otavalo and Imbabura Provincial; Ministries of culture and Heritage Coordinator, who constantly promoted activities. The total investment is 1.003.257,82 USD between fixed, deferred and working capital, which will be provided by the communities, industry, autonomous governments and ministries; It was determined in the financial analysis that the project is not feasible economically because it does not recover in the short term investment but medium-term it does . The great impact that generates is in cultural and social population, thus improving the quality of life, the project has no financial credit, is public investment. Due to its characteristics shall constitute a mixed economy non-profit, with technical management, control and monitoring; innovation will be sought to keep at the forefront, where respect for nature, use local labor, allow students academic practices, settle communal and parochial organizations that provide additional services, fulfilling the intent of the author in the study with social mission and service.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>Datos de Contacto</b>		
Cédula de Identidad:	100227668-9	
Apellidos y Nombres:	Gualsaquí Mesa Waldo Germánico	
Dirección:	San Rafael de la Laguna - Otavalo	
Email:	virakchuro@hotmail.com	
Teléfono Fijo:	2 919 338	099264060
<b>Datos de la obra</b>		
Título	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA	
Autor (es)	Waldo Germánico Gualsaquí Mesa	
Fecha:	Junio 2012	
<b>Solo para trabajos de grado</b>		
Programa:	Pregrado: X	Posgrado:
Título por el que opta:	Ingeniero Administración Pública de Gobiernos Seccionales	
Asesor/Director:	Eco. Rubén Santacruz	

## **2. Autorización de Uso a Favor de la Universidad**

Yo, Waldo Germánico Gualsaquí Mesa, con cédula de identidad N° 100227668-9 en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior artículo 143.

## **3. Constancias**

El Autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 22 días del mes de junio de 2012

### **El Autor:**

(Firma).....

Nombre: Waldo Gualsaquí Mesa

C.C.: 100227668-9

(Firma).....

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

C.C.: .....

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_

## CERTIFICACIÓN

Una vez concluido todo el proceso investigativo del Trabajo de Grado denominada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”, **certifico que**; el mismo puede ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal.

En la ciudad de San Miguel de Ibarra, a los 22 días del mes de junio del año 2012

Firma.....

Eco. Rubén Santa Cruz

C. C 100169606-9

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Waldo Germánico Gualsaquí Mesa con cédula de Identidad Nro. 100227668-9, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4,5,6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”, ubicado en la Parroquia de San Rafael de la Laguna, del Cantón Otavalo, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniero en Administración Pública de Gobiernos Seccionales, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En condición de autor me reservo los derechos morales del trabajo antes citado. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Waldo Germánico Gualsaquí Mesa

C.C 100227668-9

Ibarra, a los 22 días del mes de junio del 2012

## DEDICATORIA

Este trabajo de grado es en honor a la parroquia San Rafael de la Laguna, patria chica que me acogió con los brazos abiertos en la infancia, niñez, adolescencia, juventud, ahora con mi nueva y hermosa familia, merece muchos aportes de gratitud por ser ejemplo de cultura, trabajo y tradición.

También es justo, sobre todo dedicar este trabajo a mi familia, Padres, hermanos y hermanas quienes con gran cariño y aprecio me supieron aportar de distintas maneras, en los momentos más difíciles para convertirles en gratos, felices y dignos de recordarlas

A mi esposa Soraya Villarruel por toda la paciencia y confianza que me ha brindado, a mis hijas Giseth y Amelia por brindarme una razón más para vivir con intensidad y concluir con altura este trabajo de grado previa a la obtención del título de Ingeniería en Administración Pública de Gobiernos Seccionales

## AGRADECIMIENTO

Es importante mencionar a Dios con agradecimiento, por darme la vida y brindarme la oportunidad de crecer en conocimientos para obtener más oportunidades de vivir con éxito

Al elenco de catedráticos que aportaron durante todos mis estudios, con los conocimientos oportunos para la consecución de este trabajo de grado, producto de los diez semestres de carrera, en la acreditada “Universidad Técnica del Norte”, Institución que se ha ganado a pulso el gran prestigio que ostenta muy merecidamente.

## PRESENTACIÓN

El presente TRABAJO DE GRADO, es fruto y de la investigación aplicada desde abril del 2010 hasta junio del 2012, fecha que el director de tesis certifica para los fines pertinentes; conocimientos del autor aplicados producto de los estudios cursados en la carrera de Ingeniería en Administración Pública de Gobiernos Seccionales de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas en la Universidad Técnica del Norte; documento que presenta siete capítulos:

EL PRIMER CAPÍTULO, presenta un diagnóstico situacional de la parroquia de San Rafael de la laguna, localización, ubicación, población, clima, límites, etnia, historia, credos, aspectos culturales, económicos, sociales y políticos; datos que orientan al investigador para generar una propuesta con gran criterio

EL SEGUNDO CAPÍTULO, muestra el marco teórico con toda la información teórica, técnica y legal o jurídica, que sustentará al estudio de factibilidad, es decir es una recopilación informativa que proporciona herramientas al investigador en el argumento y defensa de la propuesta final

EL TERCER CAPÍTULO, recopila el estudio de mercado aplicado en el sector de incidencia, donde ya se identifica al producto como tal, la oferta y demanda real, insatisfecha y potencial, se determina el precio al producto, las formas de comercialización y se determina aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

EL CUARTO CAPÍTULO, estudio técnico e ingeniería del proyecto, identifica el tamaño del proyecto, la localización exacta, incluso el diseño de la infraestructura del centro cultural, donde serán expuestas las diferentes expresiones culturales, materiales, costos y la forma operativa de producción

EL QUINTO CAPÍTULO, estudio financiero, determina el costo de inversión fija, diferida y capital de trabajo; presupuesta los ingresos y egresos, se determina la rentabilidad del proyecto, costos de oportunidad y la recuperación de la inversión

EL SEXTO CAPÍTULO, propuesta estratégica, propone la forma legal y técnicamente viable para que el Centro Cultural se constituya; formas de comercialización y distribución; principios y valores corporativos; estrategias

financieras, operativas, de posicionamiento en el mercado, la misión y visión social a la que persigue, la estructura orgánica administrativa y de liderazgo con la cual se considera ajustada a las circunstancias del proyecto

EL SÉPTIMO CAPÍTULO, análisis de impactos, valora los efectos primarios, secundarios y a terceros que impacte de manera positiva o negativa en lo social y cultural, económico, educativo, ambiental, empresarial y ético determinantes de la viabilidad del presente estudio de factibilidad

Como parte final se presenta conclusiones y recomendaciones del uso y manejo del trabajo de grado, seguido por un compendio de bibliografía, lincongrafía y anexos que fortalecen la fiabilidad de la investigación del autor presentado a la sociedad en general

## ÍNDICE GENERAL

### Contenido

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	iii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	iv
CERTIFICACIÓN .....	vi
CESIÓN DE DERECHOS .....	vii
DEDICATORIA .....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
PRESENTACIÓN .....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xii
ÍNDICE DE CUADROS .....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxiii
INTRODUCCIÓN .....	xxvi
CAPÍTULO I .....	32
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	32
ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO .....	32
OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....	33
VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO .....	33
INDICADORES O SUB ASPECTOS .....	33
MATRIZ DE RELACIÓN (OBJETIVOS, VARIABLES, INDICADORES, TÉCNICAS, FUENTES DE INFORMACIÓN.) .....	34
MECÁNICA OPERATIVA .....	36
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	49
RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO .....	70
DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA MOTIVO DE DIAGNÓSTICO .....	71
CAPÍTULO II .....	73
MARCO TEÓRICO .....	73
ANTECEDENTES DEL MARCO TEÓRICO .....	73
CULTURA .....	74
TRADICIONES .....	78

ARTES.....	85
RITUALES .....	91
CEREMONIAS .....	95
MARCO JURÍDICO.....	98
ESTUDIO DE MERCADO .....	105
ESTUDIO TÉCNICO .....	123
ESTUDIO FINANCIERO .....	133
ANÁLISIS DE VARIABLES ECONÓMICOS Y SOCIALES .....	142
CAPÍTULO III.....	148
ESTUDIO DE MERCADO .....	148
INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE MERCADO .....	148
MECÁNICA OPERATIVA.....	151
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	153
ANÁLISIS DE LA DEMANDA (REAL, INSATISFECHA Y POTENCIAL) .....	153
ANÁLISIS DE LA OFERTA (REAL Y POTENCIAL) .....	177
ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS .....	178
ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO.....	179
MODELO DE PRONÓSTICO .....	181
CAPÍTULO IV.....	185
ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO .....	185
TAMAÑO DEL PROYECTO .....	185
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO (MACRO Y MICRO).....	205
INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	211
CAPÍTULO V .....	245
ESTUDIO FINANCIERO .....	245
DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO E INVESTIGACIÓN DIFERIDA.....	245
PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	246
PRESUPUESTO DE EGRESOS .....	247
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.....	249
ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS. ....	251
FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	253
DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO .....	255

EVALUACIÓN FINANCIERA, BENEFICIO-COSTO, PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN .....	256
CAPÍTULO VI.....	258
PROPUESTA ESTRATÉGICA.....	258
LA EMPRESA.....	258
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.....	258
TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA.....	259
TIPO DE EMPRESA (SECTOR ACTIVIDAD).....	260
BASE FILOSÓFICA .....	260
MISIÓN .....	261
VISIÓN.....	261
PRINCIPIOS Y VALORES.....	261
LA ORGANIZACIÓN.....	263
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	264
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES .....	266
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.....	270
ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS DE POSICIONAMIENTO.....	271
ESTRATEGIAS OPERATIVAS .....	271
ESTRATEGIAS FINANCIERAS.....	271
CAPÍTULO VII .....	273
ANÁLISIS DE IMPÁCTOS .....	273
IMPACTO SOCIAL- CULTURAL.....	274
IMPACTO ECONÓMICO.....	275
IMPACTO EDUCATIVO .....	276
IMPACTO AMBIENTAL .....	277
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	278
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	281
BIBLIOGRAFÍA .....	281
LINCONGRAFÍA.....	283
ANEXOS.....	285

## ÍNDICE DE CUADROS

### Contenido

<b>Cuadro Nro. 1.-</b> Indicadores o sub aspectos.....	33
<b>Cuadro Nro. 2.-</b> matriz de relación (objetivos, variables, indicadores, técnicas, fuentes de información.).....	34
<b>Cuadro Nro. 3.-</b> porcentaje de habitantes en cada comunidad para aplicar encuestas.....	37
<b>Cuadro Nro. 4.-</b> registro de autoridades, líderes, dirigentes de la parroquia.....	38
<b>Cuadro Nro. 5.-</b> resumen de priostes de fiestas culturales hasta el 2012.....	45
<b>Cuadro Nro. 6.-</b> Organizaciones Internas de la Parroquia.....	48
<b>Cuadro Nro. 7.-</b> Datos técnicos; edad de los encuestados.....	49
<b>Cuadro Nro. 8.-</b> Género de los encuestados.....	50
<b>Cuadro Nro. 9.-</b> Etnia de los encuestados.....	51
<b>Cuadro Nro. 10.-</b> Sector o comunidad de los encuestados.....	52
<b>Cuadro Nro. 11.-</b> 1.- ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual en dólares?.....	53
<b>Cuadro Nro. 12.-</b> 2.- ¿Para realizar su trabajo debe salir de la parroquia?.....	54
<b>Cuadro Nro. 13.-</b> 3.- ¿Qué instrucción académica tiene o Hasta qué grado ha estudiado? .....	54
<b>Cuadro Nro. 14.-</b> 4.- ¿Su empresa o trabajo A qué se dedica? .....	55
<b>Cuadro Nro. 15.-</b> 5.- ¿Con su actividad laboral Cómo se considera usted en la actualidad un/a? .....	56
<b>Cuadro Nro. 16.-</b> 7.- ¿Cree usted que se permiten la intervención de los niños, jóvenes y adultos en temas de gran relevancia o decisiones en su Sector o Barrio?.....	56
<b>Cuadro Nro. 17.-</b> 13.- ¿Qué tipo de agua consume en su hogar? .....	57
<b>Cuadro Nro. 18.-</b> 14.- ¿Tiene energía eléctrica en su vivienda? .....	58
<b>Cuadro Nro. 19.-</b> 15.- ¿Disponen de alcantarillado?.....	58
<b>Cuadro Nro. 20.-</b> 16.- ¿Tiene teléfono fijó?.....	59
<b>Cuadro Nro. 21.-</b> 17.- ¿Tiene celular?.....	60
<b>Cuadro Nro. 22.-</b> 18.- ¿Dispone de internet?.....	60

<b>Cuadro Nro. 23.-</b> 8.- ¿Para su bienestar personal espiritual Qué religión profesa?.....	61
<b>Cuadro Nro. 24.-</b> 9.- ¿Qué deporte practica con frecuencia? .....	62
<b>Cuadro Nro. 25.-</b> 10- ¿A Cuántos eventos culturales asiste en el año?.....	62
<b>Cuadro Nro. 26.-</b> 11- ¿Ha participado como líder en su sector? .....	63
<b>Cuadro Nro. 27.-</b> 12- ¿Dedica tiempo para recrearse con su familia o amigos?.....	64
<b>Cuadro Nro. 28.-</b> 19.- ¿Qué transporte le deja cerca a su vivienda?.....	65
<b>Cuadro Nro. 29.-</b> 20.- ¿Frente a su vivienda que carretera tiene? .....	65
<b>Cuadro Nro. 30.-</b> 21.- ¿Ha observado que limpian o dan mantenimiento las carreteras en su sector?.....	66
<b>Cuadro Nro. 31.-</b> Aliados, oponentes, oportunidades, riesgos.....	70
<b>Cuadro Nro. 32.-</b> Método Cuantitativo por puntos, Ventajas y desventajas.....	125
<b>Cuadro Nro. 33.-</b> El proceso de producción.....	128
<b>Cuadro Nro. 34.-</b> Estado de resultados.....	139
<b>Cuadro Nro. 35.-</b> El premio al riesgo.....	140
<b>Cuadro Nro. 36.-</b> porcentaje de turistas que visitan la ciudad de Otavalo para aplicar encuestas.....	152
<b>Cuadro Nro. 37.-</b> 1.- ¿Cuál es su lugar de origen?.....	154
<b>Cuadro Nro. 38.-</b> 2.- Usted o los miembros con que viaja, ¿qué tipo de turismo prefiere?.....	155
<b>Cuadro Nro. 39.-</b> 3.- ¿Con qué frecuencia visita Otavalo?.....	156
<b>Cuadro Nro. 40.-</b> 4.- ¿Qué lugares visita?.....	156
<b>Cuadro Nro. 41.-</b> 5.- ¿Qué grado de satisfacción ha sentido al visitar dichos lugares?.....	157
<b>Cuadro Nro. 42.-</b> 6.- ¿Ha sido fácil trasladarse a estos sitios indicados?.....	158
<b>Cuadro Nro. 43.-</b> 7.- ¿Cree usted que los costos de los servicios adquiridos han sido?.....	158
<b>Cuadro Nro. 44.-</b> 8.- ¿Desearía que se cree un centro cultural en San Rafael?.....	159

<b>Cuadro Nro. 45.-</b> 9.- ¿Qué valor considera que se debería pagar para financiar?.....	160
<b>Cuadro Nro. 46.-</b> 10.- ¿A través de que medio de información se enteró de los servicios turísticos?.....	161
<b>Cuadro Nro. 47.-</b> caracterización general del visitante residente.....	162
<b>Cuadro Nro. 48.-</b> 1.- ¿Cuál es su lugar de origen?.....	163
<b>Cuadro Nro. 49.-</b> 2.- Usted o los miembros con que viaja, ¿qué tipo de turismo prefiere?.....	165
<b>Cuadro Nro. 50.-</b> ¿Con qué frecuencia visita Otavalo?.....	165
<b>Cuadro Nro. 51.-</b> 4.- ¿Qué lugares visita?.....	166
<b>Cuadro Nro. 52.-</b> 5.- ¿Qué grado de satisfacción ha sentido al visitar dichos lugares?.....	167
<b>Cuadro Nro. 53.-</b> 6.- ¿Ha sido fácil trasladarse a estos sitios indicados?.....	168
<b>Cuadro Nro. 54.-</b> 7.- Cree usted que los costos de los servicios adquiridos han sido.....	168
<b>Cuadro Nro. 55.-</b> 8.- ¿Desearía que se cree un centro cultural en San Rafael?.....	169
<b>Cuadro Nro. 56.-</b> 9.- ¿Qué valor considera que se debería pagar para financiar?.....	170
<b>Cuadro Nro. 57.-</b> 10.- ¿A través de que medio de información se enteró de los servicios turísticos?.....	171
<b>Cuadro Nro. 58.-</b> caracterización general del visitante no residente.....	172
<b>Cuadro Nro. 59.-</b> visitante residente.....	173
<b>Cuadro Nro. 60.-</b> visitante no residente.....	173
<b>Cuadro Nro. 61.-</b> porcentaje de turistas que visitan la ciudad de Otavalo año 2010.....	174
<b>Cuadro Nro. 62.-</b> proyección de la demanda turistas nacionales.....	176
<b>Cuadro Nro. 63.-</b> proyección de la demanda turistas extranjeros.....	176
<b>Cuadro Nro. 64.-</b> proyección de la demanda total.....	177
<b>Cuadro Nro. 65.-</b> proyección de la oferta total.....	178
<b>Cuadro Nro. 66.-</b> precio del servicio de turismo cultural.....	179
<b>Cuadro Nro. 67.-</b> proyección de ingresos.....	183

<b>Cuadro Nro. 68.-</b> Personajes de las tres fiestas tradicionales relevantes.....	186
<b>Cuadro Nro. 69.-</b> Total de personajes de las tres fiestas.....	186
<b>Cuadro Nro. 70.-</b> Total de personajes de la fiesta del Coraza.....	187
<b>Cuadro Nro. 71.-</b> Ubicación de los personajes de la Fiesta del Coraza1ra etapa.....	188
<b>Cuadro Nro. 72.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	189
<b>Cuadro Nro. 73.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	189
<b>Cuadro Nro. 74.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	189
<b>Cuadro Nro. 75.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	190
<b>Cuadro Nro. 76.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	190
<b>Cuadro Nro. 77.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	190
<b>Cuadro Nro. 78.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	191
<b>Cuadro Nro. 79.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	191
<b>Cuadro Nro. 80.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	191
<b>Cuadro Nro. 81.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	192
<b>Cuadro Nro. 82.-</b> Personaje con implementos 1ra etapa.....	192
<b>Cuadro Nro. 83.-</b> Dimensión total de Personajes con implementos 1ra etapa.....	193
<b>Cuadro Nro. 84.-</b> Personajes con implementos de la 2da Etapa.....	195
<b>Cuadro Nro. 85.-</b> Nomenclatura para interpretar ubicación de los personajes de la 2da Etapa.....	196
<b>Cuadro Nro. 86.-</b> Personaje con implementos 2da etapa.....	196
<b>Cuadro Nro. 87.-</b> Personaje con implementos 2da etapa.....	196
<b>Cuadro Nro. 88.-</b> Personaje con implementos 2da etapa.....	197
<b>Cuadro Nro. 89.-</b> Personaje con implementos 2da etapa.....	197
<b>Cuadro Nro. 90.-</b> Personaje con implementos 2da etapa.....	197
<b>Cuadro Nro. 91.-</b> Personaje con implementos 2da etapa.....	198
<b>Cuadro Nro. 92.-</b> Personaje con implementos 2da etapa.....	198
<b>Cuadro Nro. 93.-</b> Personaje con implementos 2da etapa.....	198
<b>Cuadro Nro. 94.-</b> Personaje con implementos 2da etapa.....	198
<b>Cuadro Nro. 95.-</b> Personaje con implementos 2da etapa.....	199

<b>Cuadro Nro. 96.-</b> Total de dimensiones de personaje con implementos 2da etapa.....	199
<b>Cuadro Nro. 97.-</b> Total de personajes “Inti Raymi” con implementos 3da etapa.....	200
<b>Cuadro Nro. 98.-</b> Nomenclatura de ubicación de personajes “Inti Raymi” con implementos.....	201
<b>Cuadro Nro. 99.-</b> Personajes con implementos 3da etapa.....	202
<b>Cuadro Nro. 100.-</b> Personajes con implementos 3da etapa.....	202
<b>Cuadro Nro. 101.-</b> Personajes con implementos 3da etapa.....	203
<b>Cuadro Nro. 102.-</b> Personajes con implementos 3da etapa.....	203
<b>Cuadro Nro. 103.-</b> Personajes con implementos 3da etapa.....	203
<b>Cuadro Nro. 104.-</b> Personajes con implementos 3da etapa.....	203
<b>Cuadro Nro. 105.-</b> Total de personajes con implementos 3da etapa.....	204
<b>Cuadro Nro. 106.-</b> Resumen recopilación de las 3 etapas.....	205
<b>Cuadro Nro. 107.-</b> Factores Geográficos.....	205
<b>Cuadro Nro. 108.-</b> Factores Institucionales.....	206
<b>Cuadro Nro. 109.-</b> Factores Sociales.....	207
<b>Cuadro Nro. 110.-</b> Factores Económicos.....	207
<b>Cuadro Nro. 111.-</b> Factores determinantes para la localización del Proyecto.....	208
<b>Cuadro Nro. 112.-</b> Primera Etapa (fiesta del Coraza).....	209
<b>Cuadro Nro. 113.-</b> Segunda Etapa (fiesta de los Pendoneros).....	210
<b>Cuadro Nro. 114.-</b> Tercera Etapa (fiesta de los Sanjuaneros, Rama de Gallos o Inti Raymi).....	210
<b>Cuadro Nro. 115.-</b> Total de área de construcción 1ra etapa.....	212
<b>Cuadro Nro. 116.-</b> Total de área de construcción 2da etapa.....	213
<b>Cuadro Nro. 117.-</b> Total de área de construcción 2da etapa.....	214
<b>Cuadro Nro. 118.-</b> 1.- esculturas policromadas en fibra de vidrio y cabello sintético, a escala natural para el coraza.....	215
<b>Cuadro Nro. 119.-</b> Prendas/implementos del coraza.....	216
<b>Cuadro Nro. 120.-</b> total ropa de la banda del museo del coraza.....	218
<b>Cuadro Nro. 121.-</b> total instrumentos de la banda del museo del coraza.....	219

<b>Cuadro Nro. 122.-</b> imagen de San Luis Obispo para museo del coraza.....	220
<b>Cuadro Nro. 123.-</b> total general primera etapa.....	220
<b>Cuadro Nro. 124.-</b> 2.- esculturas policromadas en fibra de vidrio y cabello sintético, a escala natural.....	221
<b>Cuadro Nro. 125.-</b> costo de prendas/implementos total de los Pendoneros.....	222
<b>Cuadro Nro. 126.-</b> imagen de San Miguel arcángel y de la Virgen del Carmen para museo de los Pendoneros.....	224
<b>Cuadro Nro. 127.-</b> costo total general segunda etapa.....	224
<b>Cuadro Nro. 128.-</b> 3.- esculturas policromadas en fibra de vidrio y cabello sintético, a escala natural rama de gallos.....	225
<b>Cuadro Nro. 129.-</b> prendas/implementos total de la fiesta del inti Raymi (rama de gallos).....	226
<b>Cuadro Nro. 130.-</b> imagen de san Juan de Padua, para museo de la rama de gallos.....	227
<b>Cuadro Nro. 131.-</b> total de las 2 ramas de cuyes y gallos.....	228
<b>Cuadro Nro. 132.-</b> costo total general tercera etapa.....	228
<b>Cuadro Nro. 133.-</b> Totalizando las tres etapas tenemos: .....	228
<b>Cuadro Nro. 134.-</b> Equipos de cómputo para la Primera Etapa.....	231
<b>Cuadro Nro. 135.-</b> Equipos de aseo e higiene para la Primera Etapa.....	231
<b>Cuadro Nro. 136.-</b> Equipo de mantenimiento y reparación para la Primera Etapa.....	232
<b>Cuadro Nro. 137.-</b> Equipos de cómputo para la Segunda Etapa.....	232
<b>Cuadro Nro. 138.-</b> Equipos de aseo e higiene para la Segunda Etapa.....	233
<b>Cuadro Nro. 139.-</b> Equipo de mantenimiento y reparación para la Segunda Etapa.....	233
<b>Cuadro Nro. 140.-</b> Equipos de cómputo para la Tercera Etapa.....	234
<b>Cuadro Nro. 141.-</b> Equipos de aseo e higiene para la Tercera Etapa.....	234
<b>Cuadro Nro. 142.-</b> Equipo de mantenimiento y reparación para la Tercera Etapa.....	235
<b>Cuadro Nro. 143.-</b> Totalizando los montos del equipo de cómputo, higiene o aseo y mantenimiento de las tres etapas tenemos.....	235

<b>Cuadro Nro. 144.-</b> Muebles Primera Etapa.....	236
<b>Cuadro Nro. 145.-</b> Muebles Segunda Etapa.....	237
<b>Cuadro Nro. 146.-</b> Muebles Tercera Etapa.....	237
<b>Cuadro Nro. 147.-</b> Enseres Primera Etapa.....	238
<b>Cuadro Nro. 148.-</b> Enseres Segunda Etapa.....	238
<b>Cuadro Nro. 149.-</b> Enseres Tercera Etapa.....	238
<b>Cuadro Nro. 150.-</b> total inversiones fijas.....	239
<b>Cuadro Nro. 151.-</b> cuadro de inversiones diferidas.....	239
<b>Cuadro Nro. 152.-</b> rol general de pagos costo de producción.....	240
<b>Cuadro Nro. 153.-</b> total personal, servicios básicos y suministros.....	241
<b>Cuadro Nro. 154.-</b> Gastos de Venta.....	241
<b>Cuadro Nro. 155.-</b> total capital de trabajo.....	242
<b>Cuadro Nro. 156.-</b> total inversiones.....	242
<b>Cuadro Nro. 157.-</b> Talento humano.....	243
<b>Cuadro Nro. 158.-</b> Propuesta de inversión para los accionistas.....	246
<b>Cuadro Nro. 159.-</b> Ingresos proyectados.....	247
<b>Cuadro Nro. 160.-</b> Proyección de rol de pagos área operativa.....	247
<b>Cuadro Nro. 161.-</b> Proyección de rol de pago área administrativa.....	248
<b>Cuadro Nro. 162.-</b> Depreciación anual edificios como activos fijos.....	248
<b>Cuadro Nro. 163.-</b> Depreciación anual equipo de cómputo.....	248
<b>Cuadro Nro. 164.-</b> Depreciación anual muebles y enseres.....	249
<b>Cuadro Nro. 165.-</b> Amortización de gastos de constitución.....	249
<b>Cuadro Nro. 166.-</b> Total depreciación.....	249
<b>Cuadro Nro. 167.-</b> Inversiones iniciales.....	250
<b>Cuadro Nro. 168.-</b> Capital de trabajo.....	251
<b>Cuadro Nro. 169.-</b> estado de pérdidas y ganancias proyectados.....	251
<b>Cuadro Nro. 170.-</b> Punto de equilibrio.....	252
<b>Cuadro Nro. 171.-</b> Flujo de caja proyectado.....	253
<b>Cuadro Nro. 172.-</b> Costo de oportunidad.....	255
<b>Cuadro Nro. 173.-</b> Cálculo del costo de oportunidad.....	255
<b>Cuadro No. 174.-</b> Total inversiones.....	272
<b>Cuadro Nro. 175.-</b> Escala de valores de indicadores de impacto.....	273

<b>Cuadro Nro. 176.-</b> Impacto social- cultural.....	274
<b>Cuadro Nro. 177.-</b> Impacto económico.....	275
<b>Cuadro Nro. 178.-</b> Impacto educativo.....	276
<b>Cuadro Nro. 179.-</b> Impacto ambiental.....	277

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### Contenido

<b>Gráfico Nro. 1.-</b> Mapa de ubicación de la parroquia de san Rafael de la laguna.....	46
<b>Gráfico Nro. 2.-</b> Mapa limítrofe de la parroquia.....	47
<b>Gráfico Nro. 3.-</b> Edad de los encuestado.....	50
<b>Gráfico Nro. 4.-</b> Genero de los encuestados.....	50
<b>Gráfico Nro. 5.-</b> Etnia de los encuestados.....	51
<b>Gráfico Nro. 6.-</b> Sectores o comunidades.....	52
<b>Gráfico Nro. 7.-</b> Nivel de ingresos.....	53
<b>Gráfico Nro. 8.-</b> ¿Para realizar su trabajo debe salir de la parroquia? .....	54
<b>Gráfico Nro. 9.-</b> ¿qué nivel de instrucción tiene? .....	54
<b>Gráfico Nro. 10.-</b> ¿a qué actividad económica de dedica?.....	55
<b>Gráfico Nro. 11.-</b> ¿con su actividad laboral como se considera usted? .....	56
<b>Gráfico Nro. 12.-</b> ¿Participan niños, jóvenes y adultos en decisiones del barrio?.....	57
<b>Gráfico Nro. 13.-</b> ¿qué tipo de agua consume en su hogar?.....	57
<b>Gráfico Nro. 14.-</b> ¿Disponen de energía eléctrica en sus viviendas? .....	58
<b>Gráfico Nro. 15.-</b> ¿disponen de alcantarillado? .....	59
<b>Gráfico Nro. 16.-</b> ¿disponen de teléfono fijo? .....	59
<b>Gráfico Nro. 17.-</b> ¿disponen de teléfono celular? .....	60
<b>Gráfico Nro. 18.-</b> ¿disponen de internet? .....	60
<b>Gráfico Nro. 19.-</b> ¿qué religión profesa? .....	61
<b>Gráfico Nro. 20.-</b> ¿Qué deporte practica con frecuencia? .....	62
<b>Gráfico Nro. 21.-</b> ¿número de eventos culturales que asiste cada año? .....	63
<b>Gráfico Nro. 22.-</b> ¿Ha participado como líder en su sector? .....	63
<b>Gráfico Nro. 23.-</b> ¿Dedica tiempo para recrearse con su familia o amigos?.....	64
<b>Gráfico Nro. 24.-</b> ¿qué medio de transporte utiliza?.....	65
<b>Gráfico Nro. 25.-</b> ¿qué tipo de carreteras o calles tiene?.....	66
<b>Gráfico Nro. 26.-</b> frecuencia de mantenimiento.....	66

<b>Gráfico Nro. 27.-</b> Punto de Equilibrio.....	138
<b>Gráfico Nro. 28.-</b> Cuantificación de Atractivos Culturales y Naturales.....	150
<b>Gráfico Nro. 29.-</b> Jerarquía de los Patrimonios Naturales y Culturales del Ecuador.....	150
<b>Gráfico Nro. 30.-</b> Destinos de mayor visitación en el Ecuador.....	151
<b>Gráfico Nro. 31.-</b> ¿Cuál es su lugar de origen? .....	154
<b>Gráfico Nro. 32.-</b> Usted o los miembros con que viaja, ¿qué tipo de turismo prefiere? .....	155
<b>Gráfico Nro. 33.-</b> ¿Con qué frecuencia visita Otavalo? .....	156
<b>Gráfico Nro. 34.-</b> ¿Qué lugares visita? .....	157
<b>Gráfico Nro. 35.-</b> ¿Qué grado de satisfacción ha sentido al visitar dichos lugares? .....	157
<b>Gráfico Nro. 36.-</b> ¿Ha sido fácil trasladarse a estos sitios indicados?.....	158
<b>Gráfico Nro. 37.-</b> ¿Cree usted que los costos de los servicios adquiridos han sido? .....	159
<b>Gráfico Nro. 38.-</b> ¿Desearía que se cree un Centro Cultural en San Rafael?.....	159
<b>Gráfico Nro. 39.-</b> ¿Qué valor considera que se debería pagar para financiar?.....	160
<b>Gráfico Nro. 40.-</b> ¿Atraves de qué medio de información se enteró de los servicios turísticos?.....	161
<b>Gráfico Nro. 41.-</b> ¿Cuál es su lugar de origen?.....	164
<b>Gráfico Nro. 42.-</b> 2.- Usted o los miembros con que viaja, ¿qué tipo de turismo prefiere? .....	165
<b>Gráfico Nro. 43.-</b> Con qué frecuencia visita Otavalo?.....	166
<b>Gráfico Nro. 44.-</b> 4.- ¿Qué lugares visita?.....	166
<b>Gráfico Nro. 45.-</b> ¿Qué grado de satisfacción ha sentido al visitar dichos lugares? .....	167
<b>Gráfico Nro. 46.-</b> 6.- ¿Ha sido fácil trasladarse a estos sitios indicados?.....	168
<b>Gráfico Nro. 47.-</b> 7.- Cree usted que los costos de los servicios adquiridos han sido.....	169

<b>Gráfico Nro. 48.-</b> 8.- ¿Desearía que se cree un centro cultural en San Rafael?.....	169
<b>Gráfico Nro. 49.-</b> 9.- ¿Qué valor considera que se debería pagar para financiar?.....	170
<b>Gráfico Nro. 50.-</b> 10.- ¿A través de que medio de información se enteró de los servicios turísticos?.....	171
<b>Gráfico Nro. 51.-</b> Proyección de la demanda total.....	182
<b>Gráfico Nro. 52.-</b> Proyección de la oferta total.....	182
<b>Gráfico Nro. 53.-</b> Proyección de ingresos.....	183
<b>Gráfico No. 54.-</b> Diagrama de Flujo de Procesos.....	229
<b>Gráfico Nro. 55.-</b> Logotipo del centro cultural.....	259
<b>Gráfico Nro. 56.-</b> Organigrama estructural.....	264

## INTRODUCCIÓN

Con el profundo respeto a San Rafael de la Laguna y el compromiso social adquirido en desarrollo de la investigación; por la fortaleza de mantener vivas las Fiestas Culturales y por el evidente bajo nivel económico de la parroquia, se cristalizó el presente proyecto, con enfoque social, paisajístico, cultural, patrimonial y tradicional, para proteger la riqueza tangible e intangible, a la vez este dinamice la situación socioeconómica trabajando formal y organizadamente, para brindar servicios a turistas propios y extraños en provecho común, a la vez brindar destinos alternativos para el turismo nacional e internacional en armonía con la naturaleza y con responsabilidad integral

## ANTECEDENTES

San Rafael de la Laguna parroquia rural perteneciente al Cantón Otavalo de la Provincia de Imbabura, ubicada a 7.5 km de la capital cantonal de Otavalo y a 34.3 km de la capital provincial de Ibarra. La cabecera parroquial consta con las siguientes coordenadas geográficas: 0° 11' 24,55" de latitud norte y 78° 13' 30,79" de longitud oeste. Limita al norte con la cabecera cantonal de Otavalo, al este con las parroquias de San Pablo y Gonzales Suárez de Otavalo, al sur con las parroquias de Gonzales Suárez (Otavalo) y Tabacundo del Cantón Pedro Moncayo y al oeste con la parroquia de Eugenio Espejo de Otavalo. Con una superficie de 19,509Km<sup>2</sup> (Diecinueve mil quinientos nueve kilómetros cuadrados) De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 2560 y 4080 m.s.n.m., y la Cabecera parroquial se encuentra aproximadamente a 2790 m.s.n.m. Tiene aproximadamente 9000 habitantes asentados en la parroquia.

La Parroquia presenta un clima frío en la parte alta de los Páramos, los mismos que se encuentra desde los 3200 hasta los 4080 m.s.n.m, y templado frío desde los 2560 hasta los 3200 m.s.n.m.; posee una pluviosidad de 890 a 1064 mm, su temperatura promedio anual de 6°C en la parte alta y alcanza los 14°C en la parte baja. El centro poblado presenta un clima templado frío con una temperatura media aproximada de 12°C y una pluviosidad de 965 mm.

La historia de la zona se remonta a épocas en que los territorios eran ocupados por tribus como los Wajindros, Cachimueles, Itambis y Tocagones, posteriormente se produjo la dominación incásica y la española. Con ésta última, se fundó el Asiento de San Luis de Otavalo, aproximadamente en 1534, dentro del cual se encontraba la parcialidad de Otavalo que parece se asentaba en el actual territorio de San Rafael de la Laguna. El 7 de junio de 1884, durante la Presidencia de la República de Don José María Plácido y Caamaño se aprueba la parroquialización y se funda el 9 de junio del mismo año la Parroquia eclesiástica, a la que se le designa como San Rafael de la Laguna, en honor a Monseñor Pedro Rafael, se agrega de la Laguna con el objetivo de diferenciarla de otros sitios con idéntico nombre.

Los pobladores celebraban fiestas como los Corazas, Pendoneros, Gallo Capitán, propias de los Indígenas Otavalos, éstas están relacionadas con las cosechas, el brote de los cultivos y coinciden con la celebración de los santos de la iglesia católica. Dichas celebraciones se han ido perdiendo paulatinamente por los efectos muy marcados en la parroquia que son: Construcción de otros cultos religiosos, desocupación, desempleo, subempleo, pobreza, fuga de mano de obra, destrucción de familias, pérdida de costumbres, fuga de talentos, fuga de capitales y lo más marcado se puede evidenciar la pérdida de identidad cultural.

Este proyecto mostrará al mundo esculturas a escala natural, con atuendos reales, en los sitios mismos donde se realizan las ceremonias, con toda la gastronomía propia de cada celebración y que los visitantes participen activamente de los eventos en vivo y también estos sean presentados en otros escenarios, con toda la logística del caso, se promoverá diseñar una marca cultural que sirva para el desarrollo cultural y socio-económico de la parroquia en general.

Tendrá una administración técnica la cual conjugue la Junta Parroquial, el Colegio Intercultural Bilingüe José Pedro Maldonado Duque y las comunidades de “San Miguel Alto, Tocagón y Centro Parroquial”; se convertirá en una empresa Líder con fines culturales, socioeconómicas, capaz de recuperar las joyas culturales, el patrimonio arquitectónico, la identidad cultural, las fiestas tradicionales, de igual forma crearía fuentes de empleo, dinamizaría la economía local; de esta manera se atraería al turismo local, nacional e internacional.

## JUSTIFICACIÓN

Al impulsar la creación de un centro cultural en la parroquia de San Rafael de la laguna, se recuperará el patrimonio cultural, tradiciones ancestrales, gastronomía típica. El Colegio Intercultural Bilingüe José Pedro Maldonado Duque con especialidad en “Hotelería y Turismo” realizará estudios académicos-prácticos a la vez dinamizará la economía de la parroquia, atrayendo al turista a los tres centros y estos crearía alternativas de trabajo en los moradores.

Este proyecto desarrollará un gran impacto en la Parroquia de San Rafael de la Laguna directamente, por la importancia de los temas culturales ícono del cantón Otavalo y la Provincia de Imbabura, con trascendencia a nivel nacional e internacional, contribuirá con un atractivo turístico Cultural con la particularidad de resaltar la cosmovisión indígena ancestral, con respeto a la madre tierra.

La implementación del proyecto beneficiaría directamente a: Turistas locales nacionales e internacionales, porque encontrarían una alternativa importante de diversión, esparcimiento, educación en espacios naturales y en convivencia con la Comunidad. Al Colegio Intercultural Bilingüe José Pedro Maldonado Duque, porque sus estudiantes realizarían prácticas de especialidad, y los docentes tendrían la facilidad de impartir la teoría y concatenar con la realidad. A los moradores del Centro Parroquial y las Comunidades de Tocagón y San Miguel Alto, porque estos organizadamente serán los encargados de ofrecer la gastronomía por los conocimientos que tienen. La Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna, podría vender los paquetes turísticos con facilidad y a la vez promocionar virtudes artesanales de la parroquia a menor costo. Indirectamente a: Las comunidades de: Cachimuel, Mushuk Ñan, San Miguel Bajo, Cuatro Esquina, Cachiviro, Huayku Punku, ya que son comunidades de tránsito para llegar a los destinos turísticos y complementan con atractivos paisajísticos impresionantes. Los centros educativos, por la facilidad para involucrar aspectos culturales y educativos. Los investigadores o literatos, encontrarían toda la información de la parroquia desde la historia hasta la actualidad en documentos unificados obtenidos de las fuentes originales. Las hosterías, hoteles, restaurantes, tiendas y músicos, aumentaría la demanda de los servicios.

Desde el punto de vista político es factible por que la junta parroquial tiene como eje de desarrollo “turismo” en el plan estratégico (2009-2014), y en los ejes transversales consta el rescate a las tradiciones culturales. Desde el punto de vista Legal es factible porque la Constitución Política del Ecuador presenta en los: Art. 57 numeral (1), Art. 343, Art. 347 numeral (9), Art. 377, Art. 379 y Art. 380; y del COOTAD el Art. 64 literal (g, h, i, l), Art. 41 literal (f e i), Art. 54 literal (g, h, q), herramientas de gestión y amparo al proyecto. Desde el punto de vista económico es factible porque se estima poca inversión ya que habrá participación de los moradores en los procesos de: recuperación, contraparte, mano de obra (mingas). Desde el punto de vista material es factible porque la comunidad tiene los atuendos, vestimentas, objetos religiosos, conocimientos cultural y gastronómico, Infraestructura por recuperar o restaurar, instrumentos musicales andinos y de la colonia y actuales. Desde el punto de vista del talento Humano es factible porque la población tiene conocimientos culturales, gastronómicos, históricos; los actores involucrados tienen conocimientos técnicos que pueden asesorar en lo referente a guías turísticos, administración, protocolos; también entrarían los músicos como parte complementaria a toda las ceremonias.

## OBJETIVOS

### Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un centro cultural en la parroquia de San Rafael de la laguna, del cantón Otavalo, provincia de Imbabura, para el desarrollo cultural y socio-económico de la localidad.

### Objetivos específicos

- Establecer un diagnostico situacional en la parroquia de San Rafael de la Laguna para conocer la realidad existente referente al turismo.
- Definir las bases teóricas – científicas, que sustenten el proyecto como alternativa innovadora.
- Realizar el estudio de Mercado para conocer la realidad existente de oferta y demanda de los centros culturales

- Establecer un estudio técnico para definir los lugares específicos donde funcionarían las dependencias del centro cultural.
- Realizar el estudio financiero para determinar valores de inversión y fijación de precios.
- Estructurar la propuesta estratégica organizacional para el proyecto.
- Determinar los principales impactos que tendrá el proyecto en los ámbitos: social, ecológico, ético, económico y cultural.

# CAPÍTULO I

## 1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

### 1.1 ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO

Para desarrollar este diagnóstico se aplicó una investigación mixta primaria y secundaria; en la primaria se aplicó las técnicas de la *encuesta*, donde se considera como población o universo a los 9000 moradores de toda la parroquia de San Rafael de la Laguna, se desarrolló la fórmula para determinar la muestra, tomando como referencia los datos proporcionados por la planificación estratégica 2009-2014; la entrevista, se aplicó luego del censo a las autoridades, líderes y representantes con personería jurídica solo un sector de hecho. Por otra parte la observación se aplicó en los eventos culturales que se desarrollaron en las fiestas de fundación parroquial tanto en junio del 2010 como en junio del 2011; las técnicas se aplicaron directamente en cada sector o comunidad, en el lugar de los hechos, al igual que en las viviendas o trabajos de los encuestados y entrevistados.

Para la información secundaria se acudió, a la biblioteca Municipal de Otavalo, al Instituto antropológico de Otavalo, a la biblioteca de la Universidad Particular de Otavalo, de igual forma se acudió a los archivos documentales que reposan en el Gobierno Parroquial de San Rafael de la Laguna. En el proceso se encontró una gran predisposición de apoyo al estudio de casi todos los encuestados, solo los moradores del Centro Parroquial presentaron alguna resistencia por los horarios nocturnos que se tuvo que adecuar para recopilar la información, ya que en su mayoría trabajan hasta la tarde y fuera de la parroquia.

## 1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

### 1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel socioeconómico, cultural y tradicional de los habitantes de la Parroquia de San Rafael.

### 1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- \* Conocer el nivel socioeconómico de los habitantes de la parroquia.
- \* Identificar las tradiciones culturales más representativas de la parroquia.
- \* Evaluar las vías de acceso a la parroquia

## 1.3 VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO

- \* Situación socioeconómica
- \* Tradiciones culturales
- \* Vialidad

## 1.4 INDICADORES O SUB ASPECTOS

**Cuadro Nro. 1**  
**INDICADORES O SUB ASPECTOS**

<b>Situación socioeconómica</b>	<b>Nivel cultural</b>	<b>Vialidad</b>
- Ingresos - Actividad económica - Nivel de educación - Agua potable - Energía eléctrica - Alcantarillado - Teléfono fijo - Celulares - Internet	- Tipo de tradiciones - Importancia - Frecuencia - Religión - Recreación - Deportes - Liderazgo	- Tipo de transportes - Tipo de carreteras - Mantenimiento de vías

Elaborado por: Autor

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN (OBJETIVOS, VARIABLES, INDICADORES, TÉCNICAS, FUENTES DE INFORMACIÓN.)

**Cuadro Nro. 2**

**MATRIZ DE RELACIÓN (OBJETIVOS, VARIABLES, INDICADORES, TÉCNICAS, FUENTES DE INFORMACIÓN.)**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	<b>TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	<b>ITEMS</b>
*Determinar el nivel socioeconómico de los habitantes de la parroquia.	*Situación socioeconómica	- Ingresos - Actividad económica - Nivel de educación *Disponibilidad de servicios básicos	Habitantes de la Parroquia de San Rafael de la Laguna	Encuesta Entrevista	-¿Cuál es el nivel de ingreso? -¿Para realizar su trabajo debe salir de la parroquia? -¿Qué instrucción académica tiene? -¿A qué se dedica? -¿Qué tipo de agua consume? -¿Tiene energía eléctrica en su vivienda? -¿Dispone de alcantarillado? -¿Tiene teléfono fijo? -¿Tiene celular? -¿Dispone de internet?
*Identificar los	*Nivel cultural	- Tipo de tradiciones	Habitantes de la	Encuesta	-¿Permiten la

aspectos culturales de los pobladores de la parroquia		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Importancia</li> <li>- Frecuencia</li> <li>- Religión</li> <li>- Recreación</li> <li>- Deportes</li> <li>- Liderazgo</li> </ul>	Parroquia de San Rafael de la Laguna	Entrevista	<p>intervención de los niños, jóvenes y adultos en temas de gran relevancia?</p> <p>-¿Qué religión profesa?</p> <p>-¿Dedica un espacio recreativo?</p> <p>-¿Qué deportes practica con frecuencia?</p> <p>-¿A Cuántos eventos culturales asiste en el año?</p> <p>-¿Ha participado como líder en su sector?</p>
*Evaluar las vías de acceso a la parroquia	*Vialidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tipo de transportes</li> <li>-Tipo de carreteras</li> <li>-Mantenimiento de vías</li> </ul>	Habitantes de la Parroquia de San Rafael de la Laguna	Encuesta Entrevista	<p>-¿Qué transporte le deja cerca a su vivienda?</p> <p>-¿Frente a su vivienda que carretera tiene?</p> <p>-¿Hay mantenimiento de vías?</p>

Elaborado por: Autor

## 1.6 MECÁNICA OPERATIVA

### 1.6.1 Información primaria (población o universo)

#### 1.6.1.1 Encuestas

Para la aplicación de la encuesta se consideró como Población o Universo a los moradores residentes en la Parroquia de San Rafael de la Laguna, misma que haciende a una cifra aproximada de 9000 habitantes en general (datos tomados de la planificación estratégica, 2009 – 2014, Pág. 8, "habitantes"). Datos oficiales hasta la fecha de ejecutar este estudio.

*Muestra.*- Cuando la población es mayor a las cien unidades, se procede al cálculo de la muestra mediante la fórmula estadística que se adaptó al estudio:

$$n = \frac{Z^2 \cdot d^2 \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot d^2} \quad \text{En donde:}$$

$Z^2$  = Nivel de confiabilidad 95% --- 1.96                      N = Universo o población

$d^2$  = Varianza de la población 0.25                              n = Tamaño de la muestra

E = Límite aceptable de error de muestra 5%

Se tomó en cuenta como referencia la población 9000 habitantes, desarrollando:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,25 \cdot (9000)}{(0,05)^2(9000 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0,25}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 9000}{0,0025 * (8999) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{8643,6}{22,4975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{8643,6}{23,4579}$$

$$n = 368,472$$

Dicho resultado equivale a 369 encuestas aplicadas a los habitantes de la parroquia, este universo se tomó de referencia los registros de instalaciones de

agua (acometidas por familia) en las Juntas de Agua Potable de cada Comunidad, para calculo proporcional, estos datos se los pondero por 4 que son los miembros que se estima en cada familia quedando de la siguiente forma:

**Cuadro Nro. 3**  
**PORCENTAJE DE HABITANTES EN CADA COMUNIDAD PARA APLICAR ENCUESTAS**

<b>Nro.</b>	<b>Comunidad</b>	<b>%</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Muestra</b>
1.-	Centro Parroquial	5,56	500	21
2.-	San Miguel Bajo	11,11	1000	41
3.-	San Miguel Alto	11,11	1000	41
4.-	Cachimuel	5,56	500	20
5.-	Tocagón	20	1800	74
6.-	Huayku Punku	22,22	2000	82
7.-	Cachiviro	11,11	1000	41
8.-	Cuatro Esquinas	11,11	1000	41
9.-	Mushuk Ñan	2,22	200	8
---	<b>TOTALES</b>	<b>100</b>	<b>9000</b>	<b>369</b>

Elaborado por: Autor

#### 1.6.1.2 Entrevistas

Para la aplicación de las entrevistas se lo consideró como población a todas las autoridades parroquiales, representantes comunales o sectoriales y líderes, datos otorgados por el Gobierno Parroquial, y constan en la planificación estratégica como asamblea parroquial ya que son organizaciones de hecho y derecho en la mayoría de los casos; en tal virtud se detalla a continuación el censo realizado de la población entrevistada:

**Cuadro Nro. 4**  
**REGISTRO DE AUTORIDADES, LÍDERES, DIRIGENTES DE LA PARROQUIA**

<b>Nro.</b>	<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Institución/ Comunidad/ Sector</b>
1.-	José Criollo Perugachi	Teniente Político	Tenencia Política
2.-	Susana Oyagata Aguilar	Presidenta	Gobierno parroquial
3.-	Evelyn Yadira Guamaní Yandún	Vocal	Gobierno parroquial
4.-	William Oña	Vocal	Gobierno parroquial
5.-	Juana Elena Sánchez Andrango	Vocal	Gobierno parroquial
6.-	José Peña Peña	Vocal	Gobierno parroquial
7.-	Carmita Elizabeth Oña Toapanta	Presidenta	Comité de Desarrollo del Centro Parroquial
8.-	Tarquino Anrango	Presidente	San Miguel Bajo
9.-	Ventura Isama	Presidente	San Miguel Alto
10.-	Antonio Espinoza	Presidente	Cachimuel
11.-	Jacinto Tocagon	Presidente	Tocagón
12.-	José Isama	Presidente	Huayku Punku
13.-	Mario Potosí	Presidente	Cachiviro
14.-	Sebastián Aguilar	Presidente	Cuatro Esquinas
15.-	José Manuel Cachimuel Chalan	Presidente	Mushuk Ñan
16.-	Rafael Anrango	Presidente	Capilla Pamba
17.-	Juan Aguilar	Presidente	Unión de Comunidades Indígenas de San Rafael (UNCISA)
18.-	Andrés Espinoza	Presidente	Rey Mola Cocha
19.-	Antonio Amaguaña	Presidente	Cocha Muyo
20.-	Marta Gonza	Gerente	Totora Sisa
21.-	Alonso Aguilar	Gerente	Empresa Comunitaria de Agua Potable y Alcantarillado de San Rafael (ECAPASR)

Elaborado por: Autor

#### 1.6.1.3 Observación

Para evidenciar los eventos culturales de gran trascendencia de la parroquia se aplicó la técnica de la observación, corroborando con lo que las autoridades parroquiales manifiestan en las entrevistas aplicadas, se documentó fotográficamente en las fiestas patronales de la parroquia en Junio del 2011 y en otras fuera de la fecha (los priostes son mestizos)

Los tres eventos, el Coraza, Los Pendoneros y el Inti Raymi (entrega de la Rama de gallos o San Juan), de gran trascendencia para los parroquianos se desarrollaron de la siguiente manera:

1.- El Coraza evento de mayor acogida, Lo inició así el Capitán del Ejército Ricardo Oña Toapanta prioste (Dueño de la fiesta), quien recibió en junio del 2010 del Dr. Marco V. Calapaquí Oña, aproximadamente a las 20:00 horas del viernes 10 de junio, se reunieron familiares y amigos en la casa del prioste para acompañar a la entrega de los confites (Obsequios a personas relevantes, pan grande en forma de rosca de 40 cm de diámetro) a esto se sumó la Banda de Música de la localidad

En primera instancia pomposamente se dirigieron a la casa de la vestidora del Coraza, Sra. Georgina Herrera a quien lo entregaron el primer confite acompañado de la chicha preparada con dos días de anticipación (ver anexos 1 y 2), en un acto ceremonioso, para comprometerle simbólicamente a que le arregle el cabello y que prepare los atuendos para el siguiente día de fiesta, al término la comisión se dirigió al Convento parroquial para comprometer de igual manera al Cura párroco, el prioste ya está colocado el sombrero insigne de rey de la fiesta (ver anexos 3 y 4), este momento anuncian al Párroco que al día siguiente vendrán a celebrar la Santa Misa al patrono San Luis, para ello también lo regalan confites, acto seguido se dirige a la casa del prioste a continuar con la preparación de los detalles gastronómicos para brindar a los acompañantes el día de fiesta

Sábado día de fiesta inició en la casa del prioste brindando chicha y comida, que durante toda la noche estaban preparando para brindar y salir a la Iglesia, primero llegó la Banda de Músicos para alegrar y llamar a los acompañantes, no demoró la gente en acudir al llamado festivo, 09:00 Horas el prioste ya se encuentra en la casa de la vestidora colocándose los atuendos, pintándose la cara de blanco con una mezcla especial de aguardiente y una pasta “secreto del oficio”, y de rojo los labios y pómulos, de igual manera ya se encuentran los yumbos, el loa, al igual que la Mama señora (ver anexo 5)

El Coraza con su corte, los invitados, familiares y amigos se dirigieron en procesión a la iglesia al son de la Banda del pueblo, todos marcharon a pies (ver anexo 6) a la misa de las 11:00, Ceremoniosamente se realizó la misa en honor al patrono San Luis Arcángel, en acción de gracias a las bondades recibidas personales y familiares del prioste; Termina la misa la banda musical espera en la

puerta de la iglesia para entonar canciones de alegría, con la misma Banda, se dirigieron nuevamente a la casa del prioste para compartir el almuerzo, chicha, licor y cerveza a todos los acompañantes (ver anexo 7), de tal manera que todos tomen fuerza para la gran pasada (Desfile del coraza en forma de procesión pero esta vez los personajes a caballo y el coraza con otro sombrero)

Durante los procesos anteriores los más allegados e invitados participaron íntegramente, más tarde empezaron a llegar después del almuerzo para la pasada del coraza, así entre compartir comida, bebida y licor llegó las 15:00 Horas, estaba todo listo para salir, la vestidora le colocó los adornos al caballo en el que montó el coraza, luego anunciaron la salida todos los personajes montaron a caballo a excepción de la mama señora, quién fue en la parte delantera del coraza, al son de la banda de músicos todos se dirigieron a la parte del Monumento al Coraza, de donde fue el punto de partida (ver anexo 8). En este lugar se ubicaron de la siguiente manera: en la parte delantera de la pasada se colocaron los dos yumbos, en la parte posterior el coraza junto a él se encontraba el Loa y cerraba la Banda musical del pueblo; en la parte delantera del coraza se ubicaron los pifaneros, grupo musical andino tradicional de la parroquia, de las comunidades indígenas y la mama señora

Seguidamente extendieron una soga delgada, en ella estaba amarrada monedas de plata antiguas, esta cadena se extendía desde la montura del caballo del coraza hasta los dos extremos, una punta para cada yumbo, pero como dicha cuerda fue muy larga los acompañantes se colocaban a lo largo de ella para no dejar caer de esa manera se formó un escenario de manera que el coraza fue el rey de la fiesta, poco a poco fueron apareciendo todos los personajes: el encargado de la volatería, camaretas truenos y más

Ya para salir la vestidora le colocó un sombrero decorado con joyas de oro y plumas, al son de la banda entonando la canción el “Yumbo grande” lentamente caminaban en dirección al parque central, tanto fue la acogida de esta fiesta que en el camino se sumaron una cantidad increíble de espectadores y todos subían bailando (ver anexos 9, 10, 11 y 12)

Esta procesión llegó a la esquina de las calles la Estación y Bolívar donde bailaron en círculo tradición para dirigirse a la etapa final, en esos instantes ya solicitaron voluntariamente el cargo (Responsabilidad adquirida para pasar la fiesta) para el próximo año; Se reanudó la procesión a paso lento cuando ya anochecía llegaron al graderío del parque central donde lo recibieron las autoridades y población en general, entraron al son de la banda y el estruendo de voladores camaretas, sargas de 200m y vivas, todos contagiados por el fervor festivo, en la tribuna principal se realizó la entrega del cargo y se anunció al nuevo prioste el Teniente de policía Richard Herrera Báez, quien deberá pasar en Junio del 2012 (ver anexo 13)

Con el mismo furor y entusiasmo la fiesta se dirigió a la iglesia parroquial donde el Loa recito sus poemas al Coraza, ya llegada la noche la fiesta retornaba a la casa del prioste para nuevamente compartir comida, bebida y aguardiente a los que podían y querían integrarse

En esta ocasión no se permitió el acceso a la cocina y a la preparación de la gastronomía, se supo que pasaron toda la noche cocinando mote, pelando papas, preparando las gallinas, los cuyes, y recolectando el aguardiente que los invitados traían, se informó también que la chicha se preparó tres días antes para brindar fermentada estado de consumo. Las cocineras y ayudantes por pedido del prioste entregaron el mediano (un recipiente grande lleno de papas, huevos, cuy y gallina) para la banda de músicos en agradecimiento a la buena música brindada (ver anexo 14), a demás de chicha, cerveza

Algo muy singular en esta fiesta, en el trayecto incluso se interceptaron con las otras representaciones culturales y todos compartían con respeto y camaradería momentos alegres y de nostalgia

2.- Los Pendoneros, La familia Herrera Meza, priostes de esta gran fiesta, lo recibieron del Policía Edwin Chasipanta Toapanta, este evento inicio en la mañana del día viernes 10 de junio, con la colocación de un castillo festivo (puerta arqueada hecha de madera con decoraciones de hojas de caña de maíz y laureles) en la parte de entrada a la residencia de los priostes, durante toda la noche preparaban alimentos mote, papas, cuy, gallina, mazamorra o crema de

harina de haba/maíz de sal, tostado o granos de maíz fritos/asados de alimento, para compartir el día de la fiesta. Se supo que un mes antes ya se hizo compromiso con el padre para celebrar la misa en la capilla de San Miguel Alto, en este caso no se documentó fotografías a pedido familiar en la preparación de la comida. Este día viernes la familia dedicó también para conseguir la vestimenta de indígenas, tanto de hombres como de mujeres, al igual que los implementos para los priostes, las banderas o pendones (ver anexo 15), la persona responsable de alquilar es el Sr. Juan Anguaya de la Comunidad de San Miguel Alto

Ya la mañana del sábado como toda fiesta se inició con la llegada de la banda de pueblo, con voladores, truenos y con sonidos musicales llamaban a los familiares e invitados, quienes de a poco se iban sumando, los priostes se vistieron de indígenas, con una pañoleta color amarilla distinción característica, un crucifijo grande colgando del cuello, la esposa con elegancia de igual manera llevaba puesta el crucifijo grande, la pañoleta amarilla; Los Pendoneros o portadores de las banderas vestidos de indígenas y con una pañoleta roja en el cuello, los futuros priostes con pañoleta azul, juntos proceden a realizar la procesión para dirigirse a la capilla, la ubicación fue, los priostes con velas decoradas con colores, rojo, amarillo, blanco, azul o verde, los familiares y allegados engrosaban la marcha, cerrando la procesión fue la banda musical, hasta llegar a la capilla (ver anexo 16). Fervorosamente el párroco celebró la misa, en la parte de santos fue interrumpida por sonidos de voladores y truenos, en son de festejo en acción de gracias personal y familiar, de los priostes

Ya en la capilla (San Miguel Alto), flameaban las banderas rojas, con hasta de chonta que luego de concluir la santa misa se continuó con la procesión religiosa, en el centro de la comunidad, con las imágenes de San Miguel Arcángel y de la Virgen María, desfilaban ceremoniosamente, en primer lugar las banderas, a continuación el párroco junto a los priostes, seguido por las imágenes religiosas portada por allegados a la familia (ver anexo 17), acompañaban invitados, curiosos y cerraba la banda que entonaban una pieza musical religiosa

Concluida la procesión religiosa, la gente se tomó un descanso en la plaza de la comunidad donde las mujeres de la familia procedieron a colocar una manta de

tela en el piso, se procedió a colocar todos los granos y alimentos preparados por la noche y madrugada, mote, papas, trozos de carne y pollo, tostado, habas, frejol, berro, entre otros alimentos, lo mezclaron por completo y compartieron el cucabi o una porción de alimentos para viajes, caminatas para comer comunitariamente (ver anexo 18) con todos los presentes de la fiesta, seguidamente repartieron las bebidas, chicha, gaseosa y licor

Luego de recobrar fuerzas se prepararon para retornar al centro parroquial, danzaron al son de la música de los Pendoneros característica entonado por la banda, emprendieron la marcha de una forma singular, los Pendoneros (personas que portaban las banderas) correteaban al son de la música pero alrededor de toda la gente y haciendo zigzag entre la multitud presentando reverencias a los priostes (ver anexo 19), como cada fiesta esta tiene su costumbre que en cada esquina o intercepción bailen haciendo un circulo mientras los exhaustos descansaban, avanzaron a paso lento de manera que ya daba las 14:00 Horas, y se encontraban a la altura de la línea de ferrocarril en la comunidad de Cachimuel, por la misma carretera llegaron hasta la estación del tren antiguo e ingresaron por la calle de la Estación, donde hicieron otra parada

Cuando llegó las 14:30 la gente aumento en número, llevando chicha, mediano, volatería se dirigieron al monumento al Coraza, sitio de partida de estas expresiones culturales, 15:30 horas, llegaron y bailaron en la tradicional esquina de la Bolívar y la Estación, (Ver anexo 20-21), por la premura del tiempo partieron hacia la tribuna principal, antes de llegar tendieron la sarta, prendieron truenos, voladores, camaretas para ruidosamente hacer el ingreso

Las autoridades los recibieron e inmediatamente aparecieron los nuevos priostes la Familia Chasipanta Toapanta, (Sra. Daysi Chasipanta y Esposo), públicamente se comprometió pasar el 2012, acto seguido se dirigieron a la casa del prioste de la misma manera como vinieron, con banda, correteando los Pendoneros y los priostes bailando felices de haber cumplido una promesa social y religiosa; Ya en la casa repartieron nuevamente comida, bebida y licores a los que deseaban, con este baile concluyó esta tradicional fiesta.

3.- Los San Juanes o conocido como; la Rama de gallos o Inti Raymi, este año se suspendió por fuerza mayor, ya que el prioste Sr. Rotman Ramos Montenegro falleció unos días antes, pero la familia del mencionado señor se comprometió pasar la fiesta en junio del 2012, en honor al mencionado señor.

De manera que se sistematizó los documentó de junio del 2010, para esa fecha fue prioste el Ing. Benito Villarruel junto a su familia, lo realizaron de la siguiente manera: Viernes en la tarde, ponían a punto la vestimenta de indígenas, disfraces, zamarros o pantalón ancho de cuero de chivo u oveja, caretas, diablo humas o cabeza de diablo, sombreros, hombres y mujeres; Mientras que en la cocina toda la noche prepararon; mote, chanco horneado, papas, la chicha ya estaba fermentándose desde hace 2 días

El sábado 12 de junio desde las 8:00 mañana, en la casa del prioste empezaban a llegar los invitados, familiares y amigos, todos con maletas trayendo su traje o disfraz, la casa del prioste tomó otro ritmo repartieron desayunos reforzados y todos esperaban ansiosos la banda de pueblo que llegó un poco tarde a las 11:00 de la mañana, instante que comenzó el baile (ver anexos 22), mientras seguían llegando los acompañantes, entre baile y baile empezaron a repartir licor y cerveza a todo aquel que deseaba, y cuando dieron las 12:30, ya pasado del medio día, compartieron el almuerzo, exquisito mote, con chanco horneado, papas, ají, lechuga y junto con una rica chicha, debían alimentarse bien para resistir toda la tarde de baile, la programación debía iniciar con la entrada de la rama de gallos o madero aproximadamente de 2m con 12 gallos; amarraban las aves y los cuyes, en el madero (ver anexo 23), al instante llegó en un vehículo el castillo, figura construida de carrizo y madera arqueado con andas contiene (pan, frutas, botellas de licor, dinero) todo listo para salir a entregar (ver anexo 24)

Cuando daban las 14:30 salieron de la vivienda del prioste con dirección al monumento al Coraza, punto tradicional de partida de las expresiones culturales en las fiestas parroquiales, bailaban intensamente el prioste encabezando la fiesta. En el transcurso del camino se sumaba la gente entre bailarines y espectadores, ya en el punto de partida se colocaron de la siguiente manera: en la parte delantera los priostes liderados por el gallo capitán, a sus costados la rama de gallos, la

rama de cuyes, junto con el castillo de la rama en la parte central de los acompañantes, cerrando la procesión caminaba la banda de música (ver anexo 25)

La marcha continuó hasta la intercepción de las calles Bolívar y la Estación donde hicieron una parada, pero no descansaron del baile (ver anexo 26); Pues danzaban en círculo en dicha esquina, cuando daba las 17:30 apresuraron la caminata con dirección a la tribuna principal ubicada en el parque central, donde anunciaban su entrada las autoridades parroquiales, quienes abalizan la entrega de la rama y verifican del nuevo compromiso (ver anexo 27), como toda gran entra lo hicieron con voladores, camaretas, sarta y vivas en honor al patrono (San Juan de Padua). Terminado esta pequeña ceremonia, retornaron los danzantes tal como vinieron a la casa del prioste, acompañaba el nuevo prioste Sr. Rotman Ramos, llenos de satisfacción del deber cumplido el compromiso social, la fiesta continuó hasta la noche donde de a poco se iban despidiendo los allegados

El objeto de esta técnica fue documentar y vivir parte de estos eventos para describir posiblemente de una forma diferente, sobre todo con nombres de personas reales, actuales y que tienen el compromiso de continuar con estas tradiciones en junio del 2012, se pudo observar que a estas fiestas se sumaron gente que reside fuera de la parroquia por familiaridad, amistad, o simplemente porque les pareció agradable dichos eventos

Priostes de las fiestas tradicionales y culturales 2011 y 2012 son:

**Cuadro Nro. 5**  
**RESUMEN DE PRIOSTES DE FIESTAS CULTURALES HASTA EL 2012**

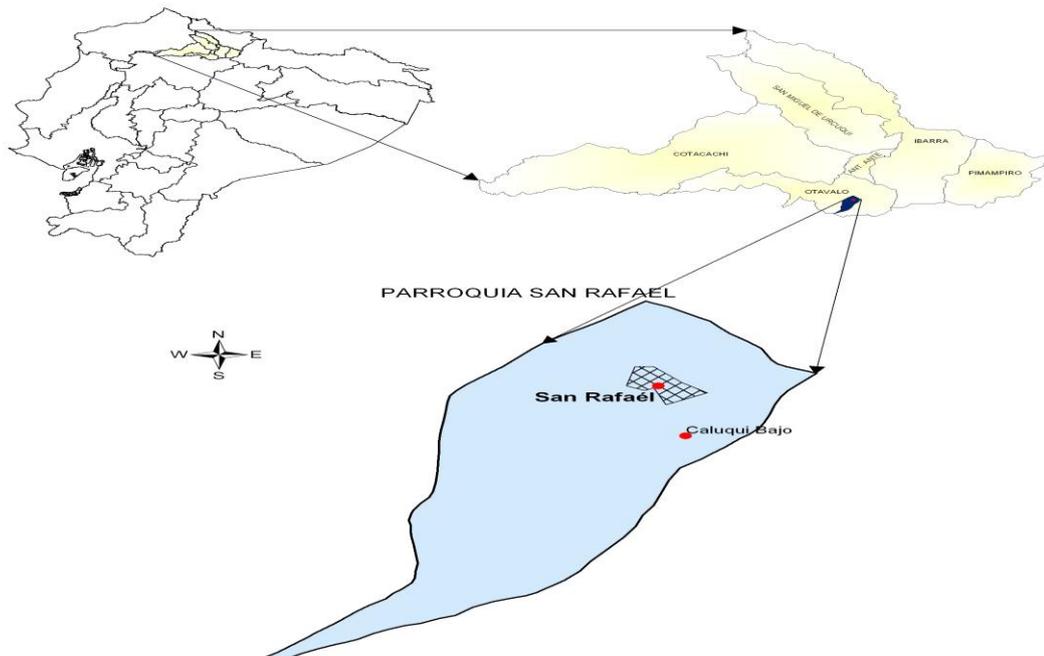
<b>Fiesta cultural</b>	<b>Priostes año 2011</b>	<b>Prioste año 2012</b>
El Coraza	Capitán Ricardo Oña Toapanta	Teniente Richart Herrera Báez
Los Pendoneros	Sr. Wiliam Herrera Morales y Prof. Mariela Meza	Policía Daysi Chasipanta Toapanta y Familia
Los San Juanes	Sr. Rotman Ramos Montenegro	Familias: Ramos y Montenegro

Elaborado por: Autor

### 1.6.2 Información secundaria

*Ubicación.-* la parroquia rural perteneciente al Cantón Otavalo de la Provincia de Imbabura, ubicada a 7.5 km de la capital cantonal de Otavalo y a 34.3 km de la capital provincial de Ibarra. La cabecera parroquial consta con las siguientes coordenadas geográficas: 0° 11' 24,55" de latitud norte y 78° 13' 30,79" de longitud oeste (planificación estratégica de San Rafael de la Laguna 2009-2014, Pág. 7-8)

**Gráfico Nro. 1**  
**MAPA DE UBICACIÓN DE LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA**  
REPUBLICA DEL ECUADOR PROVINCIA DE IMBABURA



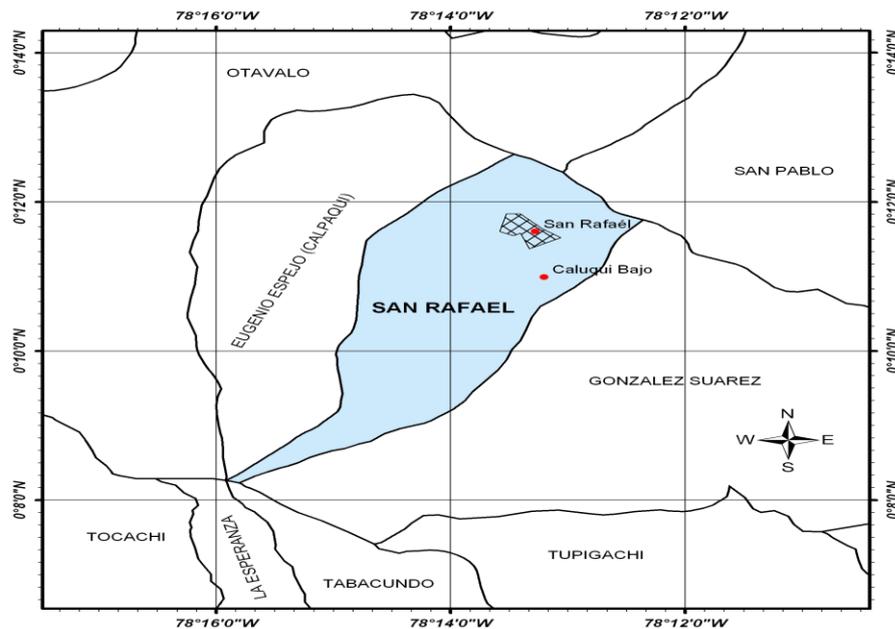
Fuente de información: Plan estratégico del Gobierno Parroquial de San Rafael

*Superficie.-* 19,509Km<sup>2</sup> (Diecinueve mil quinientos nueve kilómetros cuadrados);  
*Altura.-* De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 2560 y 4080 m.s.n.m., y la Cabecera parroquial se encuentra aproximadamente a 2790 m.s.n.m.;  
*Habitantes.-* Tiene aproximadamente 9000 habitantes asentados en la parroquia;  
*Comunidades.-* Según el periódico parroquial del 1 de septiembre del 2011 son: Huayco Pungo, Cachiviro, Tocagón, Cuatro Esquinas, Cachimuel, San Miguel Alto, San Miguel Bajo, Mushuk Ñan;  
*Actividades Productivas.-* Confección de artesanías a base de totora, cultivo de frutillas, elaboración de pan artesanal, artesanías de madera y coco, entre otras. (Periódico de San Rafael de la

Laguna, Administración 2009-2014, Nro. 01, septiembre de 2011, Nuestra Administración, Pág. 2)

*Límites.*- La planificación estratégica (2009 – 2014, Pág. 8) de la parroquia menciona San Rafael de la Laguna limita al norte con la delimitación territorial de la cabecera cantonal de Otavalo, al este con las parroquias de San Pablo y Gonzales Suárez del Cantón Otavalo, al sur con las parroquias de Gonzales Suárez y Tabacundo del Cantón Pedro Moncayo y al oeste con la parroquia de Eugenio Espejo del Cantón Otavalo

**Gráfico Nro. 2**  
**MAPA LIMÍTROFE DE LA PARROQUIA**  
**MAPA LIMÍTROFE DE LA PARROQUIA**



Fuente de información: Plan estratégico del Gobierno Parroquial de San Rafael

*Etnias.*- el plan (2009 – 2014, Pág. 4) muestra su población étnica en más del 90% es Indígena perteneciente a los Otavalos y de blanco mestizos en el porcentaje restante. *Características de la parroquia.*- Es una parroquia llena y dueña de una riqueza cultural, tradicional y paisajística; su gente se caracteriza, en el trabajo, hospitalidad y la mancomunidad; Las autoridades parroquiales determinaron cuatro Ejes de Desarrollo, o conocidos como Objetivos Específicos, con sus respectivos ejes transversales (ídem, pág. 17-18) son:

1.- DESARROLLO SOCIAL.- salud; educación; cultura e interculturalidad; deportes y recreación; fortalecimiento organizativo; seguridad; registro civil; planificación de viviendas rurales y urbanas; patrimonio; administración de justicia; y atención a las personas vulnerables

2.-DESARROLLO PRODUCTIVO.- generar organizaciones productivas; calidad en producción y especialización; capacitación en gerencia y liderazgo; calidad de la vialidad; creación de mercado local; e inventario de productividad parroquial

3.- MEDIO AMBIENTE.- delimitación y protección de las fronteras agrícolas altas y bajas; educación para protección del medio ambiente; inventario general de Flora y fauna y potencialidades naturales; inventario, mantenimiento y protección de los recursos hídricos; manejo de aguas residuales; manejo de desechos sólidos; implementación de normas para la protección del ambiente

4.- DESARROLLO TURISTICO.- inventario turístico; información turística; rescatar y potencializar fiestas tradicionales culturales (Inti Raymi, San Luis “Corazas”, Pendoneros, Ñawy Mayllay); capacitación en atención al cliente, guías turísticos y administración; mejorar y crear infraestructura turística

**Cuadro Nro. 6**  
**Organizaciones Internas de la Parroquia**

<b>ORGANIZACIÓN</b>	<b>CLASE</b>
Unión de comunidades indígenas de San Rafael (UNCISA)	OSG organización de segundo grado
Comunidades	OSG
Barrios	OSG
Establecimientos educativos	Fiscales; Particular
Iglesias	Católicas; Evangélica
Asociaciones	Agrícolas; Artesanales; Productivas
Microempresas	Públicas; Privadas; Economía mixta
Clubs	Deportivos; Culturales
Tenencia política	Representación del gobierno Nacional

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan estratégico de San Rafael 2009-2014, pág. 55

Fiestas Folklóricas de San Rafael según, Villarruel Nivo (2004, Pág. 266- 267):

*Los Alcaldes.*- Festejaban el 1 de enero, conocido como la labranza, Priostes de la Vara, también acompañaban los danzantes y el Avago; *En Carnaval.*- Repetían la fiesta de los alcaldes; *En Corpus Cristi.*- nuevamente conmemoraban los alcaldes; *En Fin de año.*- celebraban el último día de mandato de los alcaldes; *El Botijay.*- en abril o pascua de resurrección; *El 3 de mayo.*- fiestas del centro poblado; *Fundación de la parroquia.*- 9 de junio; San Juan.- el 24 de junio; *Los Corazas.*- el 19 de agosto; *La purísima.*- 8 de septiembre; *Los Pendoneros.*- 16 de octubre; *Las artesas.*- o fiestas de las almas el 2 de noviembre; *Pases del niño Jesús.*- el 25 de diciembre al martes de carnaval

## 1.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

### 1.7.1. Análisis de las encuestas aplicadas a todos los actores.

Para recopilar información primaria de la población en la parroquia de San Rafael de la Laguna, se aplicó la técnica de la encuesta (ver anexo 28), dichos resultados se analizó a continuación:

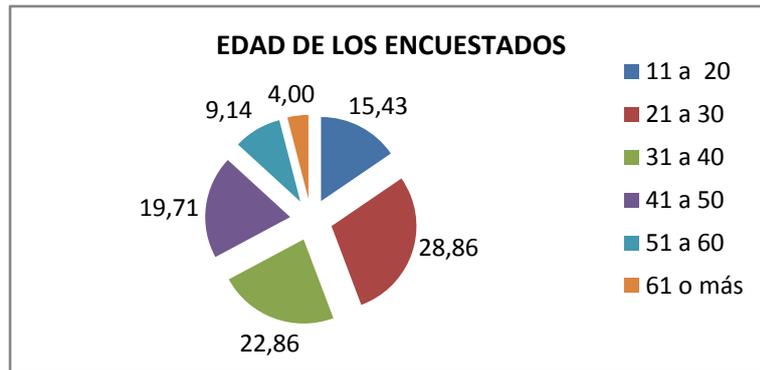
**Objetivo.-** Recopilar información para conocer el nivel socioeconómico, cultural y tradicional de los habitantes de la Parroquia de San Rafael

**Cuadro Nro. 7**  
**DATOS TÉCNICOS; EDAD DE LOS ENCUESTADOS**

<b>AÑOS</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
11 a 20	54	15,43
21 a 30	101	28,86
31 a 40	80	22,86
41 a 50	69	19,71
51 a 60	32	9,14
61 o más	14	4,00
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 3**  
**EDAD DE LOS ENCUESTADO**



Elaborado por: Autor

Análisis:

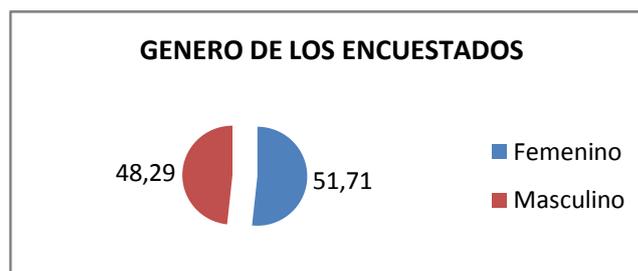
Que la mayoría de la población este comprendida entre 21 a 40 años, considerada la población altamente productiva, es de gran beneficio al proyecto ya que se verán involucrados en el proceso y desarrollo, directa o indirectamente, la presencia de los adultos y adultos mayores e un 32,85% fortalece al estudio, serán quienes proporcionen información histórica beneficiosa al trabajo; la niñez y adolescencia en un 15,43% ,será quienes reciban el legado cultural, mantengan y prolonguen las actividades culturales

**Cuadro Nro. 8**  
**GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS**

GENERO	Nº	%
Femenino	181	51,71
Masculino	169	48,29
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 4**  
**GENERO DE LOS ENCUESTADOS**



Elaborado por: Autor

Análisis:

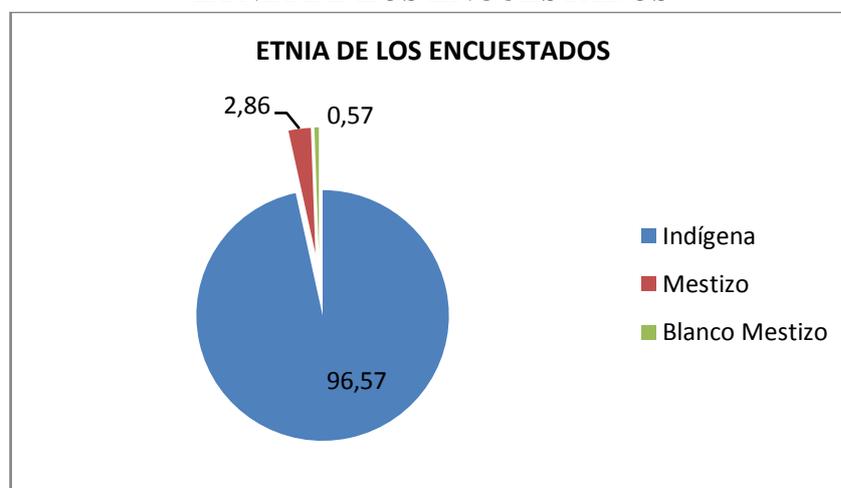
Que la mayoría de la población sea femenina, favorece al proyecto ya que son quienes tienen más contacto con la niñez al igual que la adolescencia y tienen la facilidad de transmitir los conocimientos, costumbres, tradiciones, y la historia de forma verbal, es decir las que inculcan a la práctica común de toda sociedad

**Cuadro Nro. 9**  
**ETNIA DE LOS ENCUESTADOS**

ETNIA	Nº	%
Indígena	338	96,57
Mestizo	10	2,86
Blanco Mestizo	2	0,57
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 5**  
**ETNIA DE LOS ENCUESTADOS**



Elaborado por: Autor

Análisis:

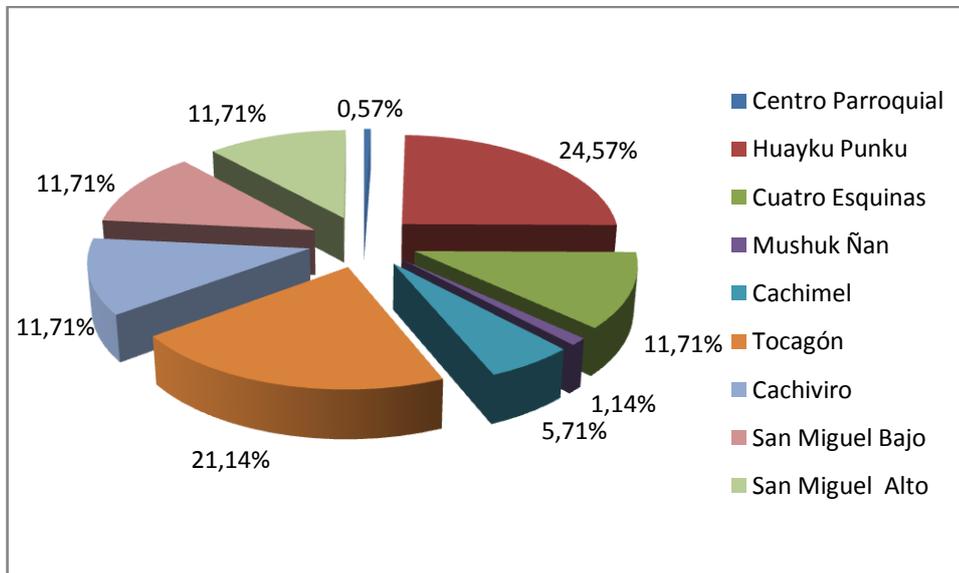
El 96% de la población encuestada se identificó como indígena Otavalo, esto fortalece de sobre manera al proyecto, ya que se revitalizará y se mantendrá las tradiciones culturales de los indígenas Otavalo, mientras que el 3,43% se identificó entre mestizo y blanco mestizo, este grupo de habitantes no son indiferentes a los eventos culturales, son los que ponen el mayor énfasis e inversiones al realizar las fiestas, se considera como fortaleza general

**Cuadro Nro. 10**  
**SECTOR O COMUNIDAD DE LOS ENCUESTADOS**

SECTOR	Nº	%
Centro Parroquial	2	0,57
Huayku Punku	86	24,57
Cuatro Esquinas	41	11,71
Mushuk Ñan	4	1,14
Cachimel	20	5,71
Tocagón	74	21,14
Cachiviro	41	11,71
San Miguel Bajo	41	11,71
San Miguel Alto	41	11,71
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 6**  
**SECTORES O COMUNIDADES**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Que la población mayoritaria sea de Huayku Punku y Tocagón es una fortaleza para el proyecto ya que en estas comunidades también se realizan eventos y fiestas tradicionales identificadas en el estudio, a demás este sector tiene patrimonio a ser recuperado, el 23,99% pertenece a las comunidades de San Miguel Bajo, San Miguel Alto y el centro Parroquial, lugares donde también se realizan los eventos culturales y cuentan con implementos y atuendos referente a las fiestas

## ASPECTO SOCIOECONÓMICO

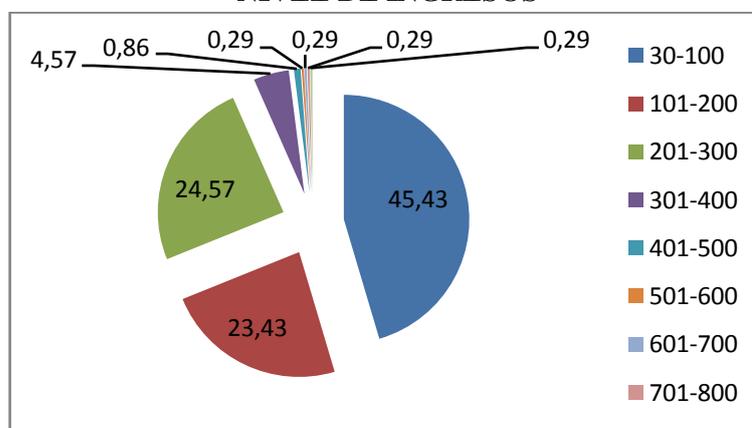
**Cuadro Nro. 11**

**1.- ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual en dólares?**

INGRESO	Nº	%
30-100	159	45,43
101-200	82	23,43
201-300	86	24,57
301-400	16	4,57
401-500	3	0,86
501-600	1	0,29
601-700	1	0,29
701-800	1	0,29
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 7**  
**NIVEL DE INGRESOS**



Elaborado por: Autor

Análisis:

La mayoría de los encuestados tienen ingresos que van desde los 30 a los 300 dólares, lo que representa ingresos mínimos para el desarrollo y crecimiento de la localidad, ante lo cual se pretende mejorar y consolidar las actividades culturales como parte de la dinámica económica de la localidad. Situación que sería favorable en vista de que la mayoría de la población percibe ingresos promedios mínimos si comparamos con el salario mínimo vital

**Cuadro Nro. 12**

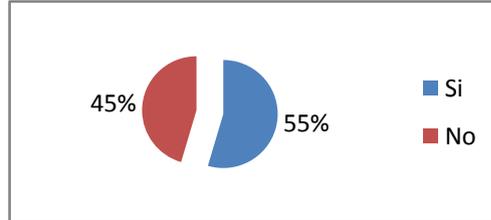
**2.- ¿Para realizar su trabajo debe salir de la parroquia?**

RESPUESTA	Nº	%
Si	191	54,57
No	159	45,43
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 8**

**¿Para realizar su trabajo debe salir de la parroquia?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Que la mayoría de los encuestados tengan que salir de la parroquia para realizar su trabajo, demuestra la falta de oportunidades de empleo de los moradores lo que impacta en la desintegración familiar y abandono de los legados patrimoniales; el 45% que realiza su trabajo dentro de la parroquia serán quienes se beneficien directa o indirectamente del proyecto en la dinámica económica social

**Cuadro Nro. 13**

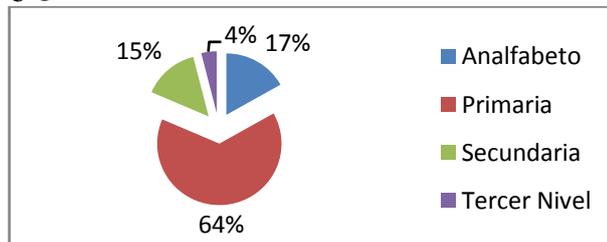
**3.- ¿Qué instrucción académica tiene o Hasta qué grado ha estudiado?**

NIVELES	Nº	%
Analfabeto	59	16,86
Primaria	226	64,57
Secundaria	51	14,57
Tercer Nivel	14	4,00
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 9**

**¿QUÉ NIVEL DE INSTRUCCIÓN TIENE?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Que la mayoría de la población tenga instrucción primaria indica la falta de oportunidades para la educación, con este proyecto se pretende culturizar y educar en aspectos básicos a la vez despertar la inquietud al estudio, el 17% de analfabetos indica también que a la población le falta oportunidades, se pretende crear oportunidades de manera que mejoren las condiciones de vida

**Cuadro Nro. 14**

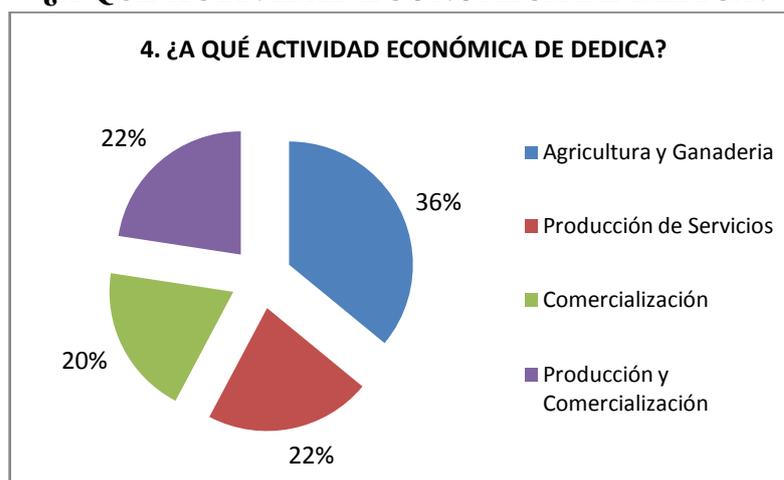
**4.- ¿Su empresa o trabajo a qué se dedica?**

ACTIVIDAD	Nº	%
Agricultura y Ganadería	126	36,00
Producción de Servicios	76	21,71
Comercialización	69	19,71
Producción y Comercialización	79	22,57
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 10**

**¿A QUÉ ACTIVIDAD ECONÓMICA DE DEDICA?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Que el 58% sea agricultor, produzca y comercialice es de gran beneficio al proyecto ya que presentaran variedades de productos locales para ser consumidos por los visitantes, el 20% de comerciantes podrán ofertar internamente abaratando costos de movilización

**Cuadro Nro. 15**

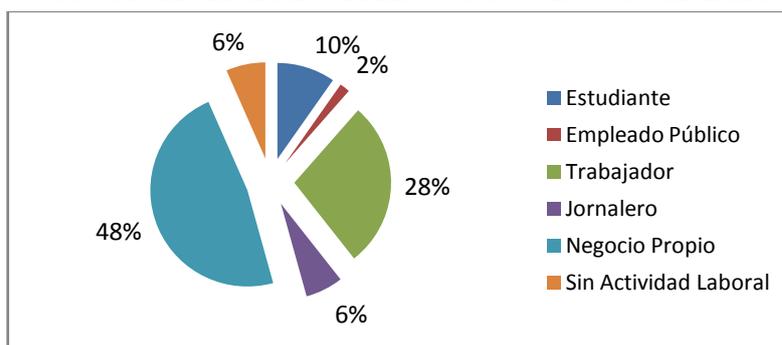
**5.- ¿Con su actividad laboral Cómo se considera usted en la actualidad un/a?**

<b>OCUPACIÓN</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Estudiante	34	9,71
Empleado Público	6	1,71
Trabajador	98	28,00
Jornalero	22	6,29
Negocio Propio	167	47,71
Sin Actividad Laboral	23	6,57
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 11**

**¿CON SU ACTIVIDAD LABORAL COMO SE CONSIDERA USTED?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

La mayoría de la población tiene un negocio propio o trabaja con independencia, a estos el proyecto brindará la oportunidad de comercializar sus productos fortaleciendo las microempresas, de manera que se creara fuentes de empleo para eliminar el 6% de la población que no tiene actividad laboral, a la vez aumentará oportunidades para otras iniciativas

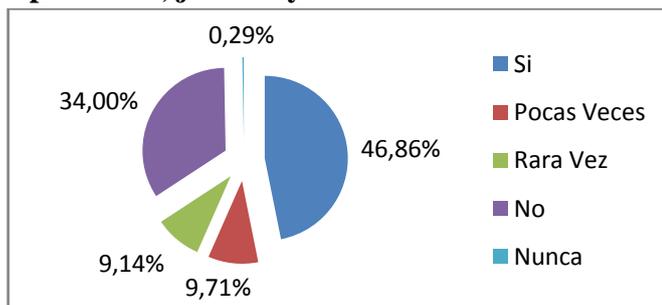
**Cuadro Nro. 16**

**6.- ¿Cree usted que se permiten la intervención de los niños, jóvenes y adultos en temas de gran relevancia o decisiones en su Sector o Barrio?**

<b>RESPUESTAS</b>	<b>Nº</b>	<b>%</b>
Si	164	46,86
Pocas Veces	34	9,71
Rara Vez	32	9,14
No	119	34,00
Nunca	1	0,29
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 12**  
**¿Participan niños, jóvenes y adultos en decisiones del barrio?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

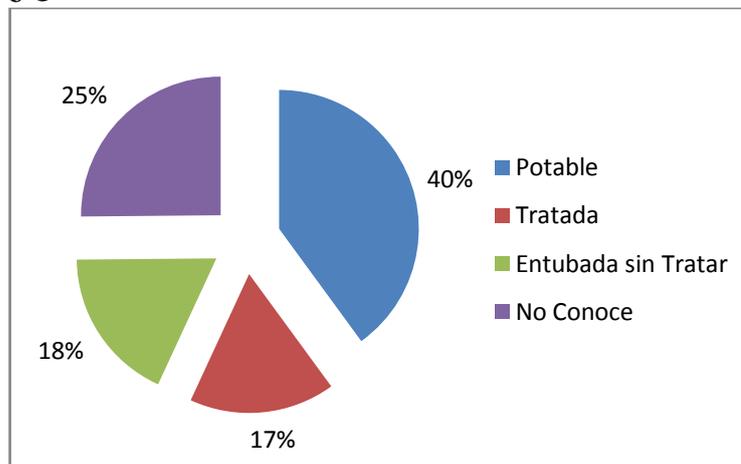
Que en gran proporción permitan la intervención de niños, jóvenes y adultos (en las mingas, sesiones y reuniones de trabajo) es de gran utilidad al proyecto ya que prevalecerán las decisiones y vigilaran los proyectos puestos en marcha ampliando así la vida institucional de los proyectos consolidados

**Cuadro Nro. 17**  
**7.- ¿Qué tipo de agua consume en su hogar?**

AGUA QUE CONSUMIDA	Nº	%
Potable	140	40,00
Tratada	59	16,86
Entubada sin Tratar	63	18,00
No Conoce	88	25,14
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 13**  
**¿QUÉ TIPO DE AGUA CONSUME EN SU HOGAR?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Que la mayoría de la población tenga agua potable o tratada, nos favorece al proyecto ya que brindará condiciones adecuadas para la higiene o salubridad de los visitantes, el agua entubada sin tratar es un oponente importante ya que sería una razón para que los visitantes no permanezcan más tiempo en la parroquia

**Cuadro Nro. 18**

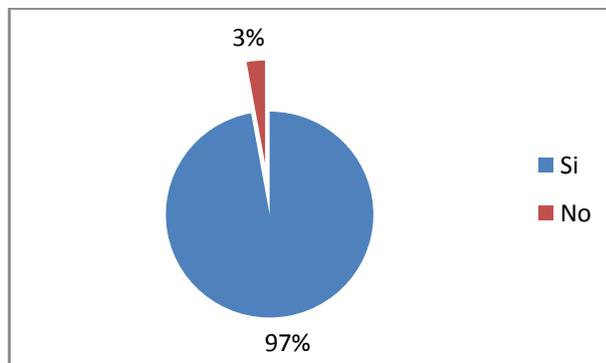
**8.- ¿Tiene energía eléctrica en su vivienda?**

RESPUESTAS	Nº	%
Si	340	97,14
No	10	2,86
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 14**

**¿DISPONEN DE ENERGIA ELECTRICA EN SUS VIVIENDAS**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Es de gran aporte al proyecto, contar en casi todos los sitios de la parroquia con energía eléctrica, esto brinda seguridad y facilita a los visitantes acudir por las noches al recorrido turístico

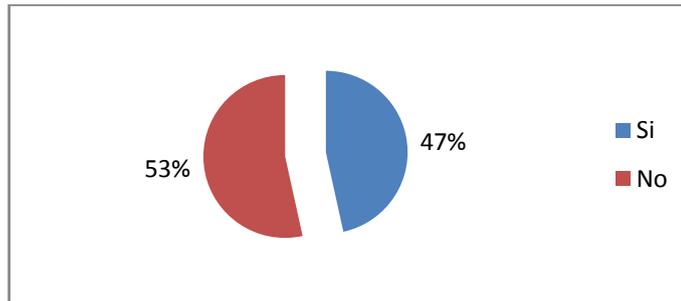
**Cuadro Nro. 19**

**9.- ¿Disponen de alcantarillado?**

RESPUESTAS	Nº	%
Si	163	46,57
No	187	53,43
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 15**  
**¿DISPONEN DE ALCANTARILLADO?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

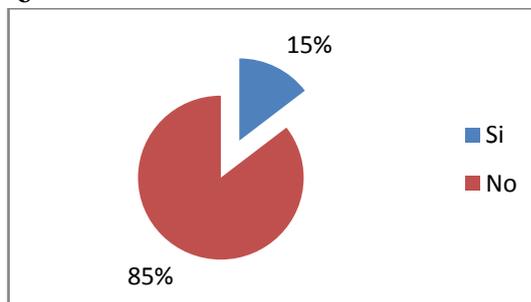
Que la mayoría no tenga alcantarillado genera un impacto ambiental, obstruyendo al proyecto, pero esta frente a un 43% que si dispone, esto indica que hay posibilidades de que nuestro proyecto esté inmerso a este porcentaje.

**Cuadro Nro. 20**  
**10.- ¿Tiene teléfono fijo?**

RESPUESTAS	Nº	%
Si	51	14,57
No	299	85,43
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 16**  
**¿DISPONEN DE TELÉFONO FIJO?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

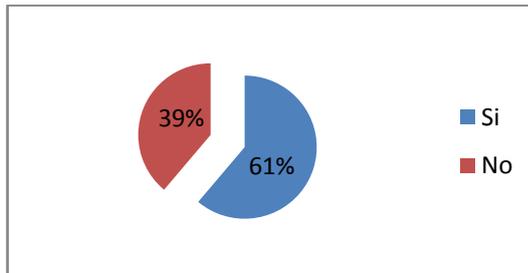
Si afecta que la mayoría de la población no cuente con telefonía fija ya que se reduce las posibilidades de servicios óptimos a los visitantes. De otro punto de vista nuestro proyecto generaría la necesidad a las empresas para ampliar las redes, beneficiando así a la población en general

**Cuadro Nro. 21**  
**11.- ¿Tiene celular?**

RESPUESTAS	Nº	%
Si	214	61,14
No	136	38,86
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 17**  
**¿DISPONEN DE TELÉFONO CELULAR?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

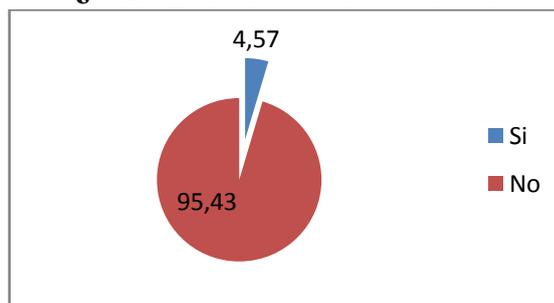
Si la mayoría de los pobladores disponen de telefonía celular indica que hay medios tecnológicos en la cual el proyecto puede hacer uso suplantando a la telefonía fija

**Cuadro Nro. 22**  
**12.- ¿Dispone de internet?**

RESPUESTAS	Nº	%
Si	16	4,57
No	334	95,43
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 18**  
**¿DISPONEN DE INTERNET?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Que una gran mayoría no disponga de internet, proporciona oportunidad de generar negocios de café-nets para brindar servicios a la población en general quienes saciarían las necesidades de los visitantes que requieren de esta tecnología

## ASPECTOS CULTURALES

**Cuadro Nro. 23**

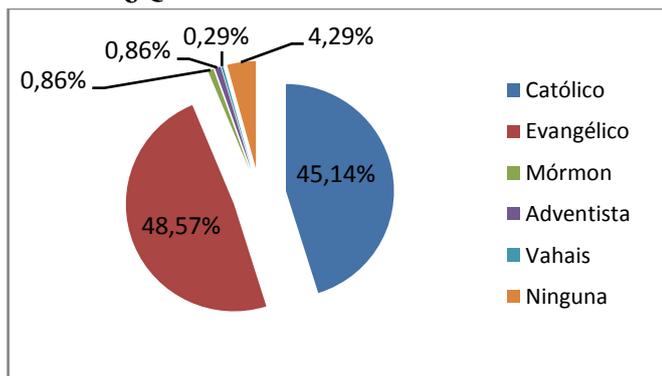
**13.- ¿Para su bienestar personal espiritual Qué religión profesa?**

RELIGIÓN	Nº	%
Católico	158	45,14
Evangélico	170	48,57
Mormón	3	0,86
Adventista	3	0,86
Vaháis	1	0,29
Ninguna	15	4,29
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 19**

**¿QUÉ RELIGIÓN PROFESA?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Que la mayoría de los pobladores pertenezcan a religiones protestantes o no católicas es un oponente social al proyecto, ya que los eventos inmersos son católicos; tenemos casi la otra mitad de pobladores católicos que en la cotidianidad la comunidad ha desarrollado una capacidad grande de convivencia entre credos ya que son familias religiosamente divididas, por ende participan en los eventos trascendentales mutuamente

**Cuadro Nro. 24**

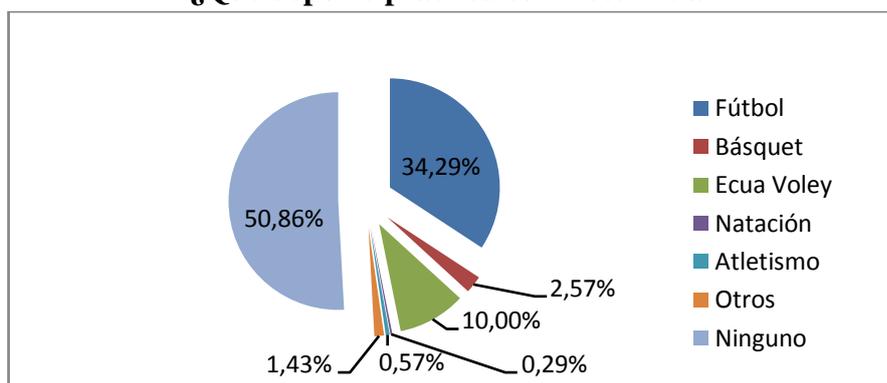
**14.- ¿Qué deporte practica con frecuencia?**

DEPORTE	Nº	%
Fútbol	120	34,29
Básquet	9	2,57
Ecu Vóley	35	10,00
Natación	1	0,29
Atletismo	2	0,57
Otros	5	1,43
Ninguno	178	50,86
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 20**

**¿Qué deporte practica con frecuencia?**



Elaborado por: Autor

**Análisis:**

El proyecto aprovechando de la mayoría de pobladores que no realiza algún deporte, ofertaría diversión o esparcimiento alternativo sin esfuerzos físicos a los cuales pueden acceder este importante porcentaje de moradores, sin olvidarnos de educar y prevenir el sedentarismo en la comunidad

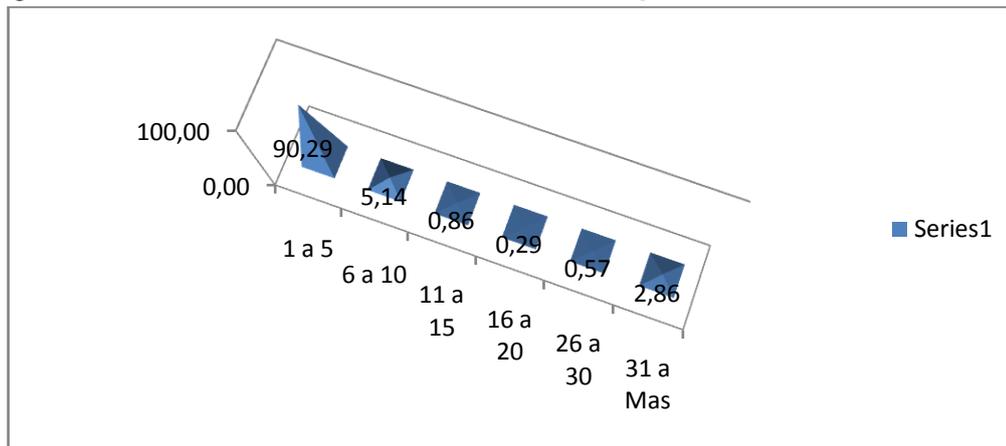
**Cuadro Nro. 25**

**15- ¿A Cuántos eventos culturales asiste en el año? De**

NÚMERO DE EVENTOS	Nº	%
1 a 5	316	90,29
6 a 10	18	5,14
11 a 15	3	0,86
16 a 20	1	0,29
26 a 30	2	0,57
31 a Mas	10	2,86
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 21**  
**¿NÚMERO DE EVENTOS CULTURALES QUE ASISTE CADA AÑO?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

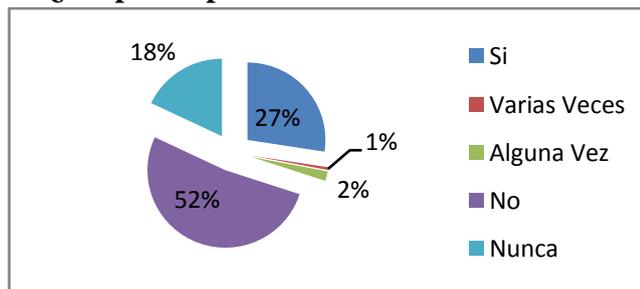
El 90% de los encuestados respondieron que asisten a eventos culturales de 1 a 5 veces, agregaron que participaban a todos los realizados en la parroquia, el proyecto aumentará las oportunidades de esparcimiento para las familias, la asistencia a eventos va en función a los realizados dentro de la parroquia

**Cuadro Nro. 26**  
**16- ¿Ha participado como líder en su sector?**

RESPUESTAS	Nº	%
Si	96	27,43
Varias Veces	2	0,57
Alguna Vez	7	2,00
No	182	52,00
Nunca	63	18,00
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 22**  
**¿Ha participado como líder en su sector?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Que el 30% de la población haya participado como líder en su sector es un gran apoyo e influencia para socializar el proyecto en todas sus etapas de consecución y sea replicado por estos líderes o lideresas, simplificando las confrontaciones que los moradores desinformados podrían ocasionar

**Cuadro Nro. 27**

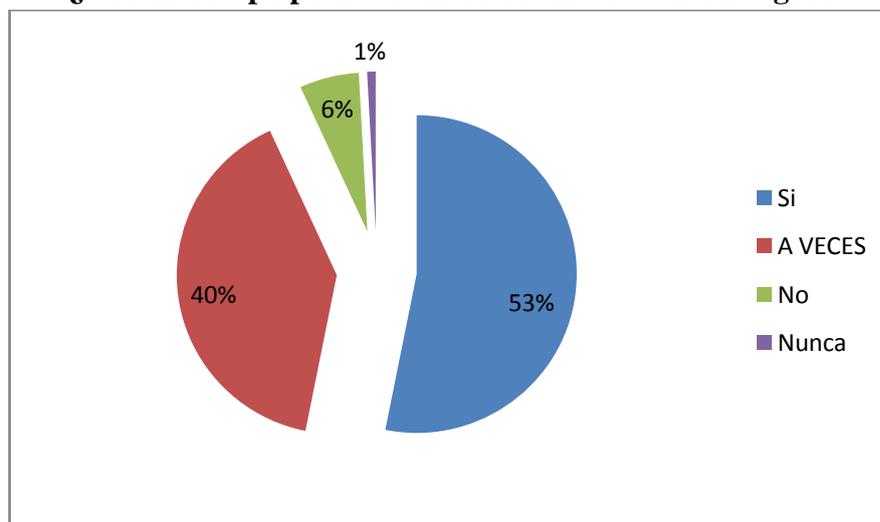
**17- ¿Dedica tiempo para recrearse con su familia o amigos?**

ALTERNATIVAS	Nº	%
Si	186	53,14
A VECES	140	40,00
No	21	6,00
Nunca	3	0,86
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 23**

**¿Dedica tiempo para recrearse con su familia o amigos?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Si casi el total de los encuestados o mayoría de la población dedica espacios recreativos con familiares o amigos, fortalece de sobre manera a nuestro proyecto y visualizamos los potenciales clientes permanentes

VIALIDAD

**Cuadro Nro. 28**

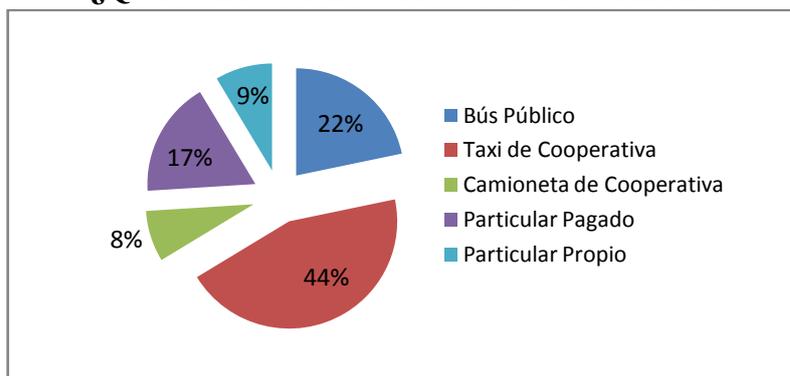
**18.- ¿Qué transporte le deja cerca a su vivienda?**

MEDIO DE TRANSPORTE	Nº	%
Bus Público	76	21,71
Taxi de Cooperativa	156	44,57
Camioneta de Cooperativa	27	7,71
Particular Pagado	61	17,43
Particular Propio	30	8,57
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 24**

**¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZA**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Que la mayoría de la población no pueda llegar en bus público a sus viviendas perjudica ya que sería un limitante para el acceso a los visitantes, pero a la vez una oportunidad para el proyecto ya que se puede desarrollar rutas turísticas con transporte incluido

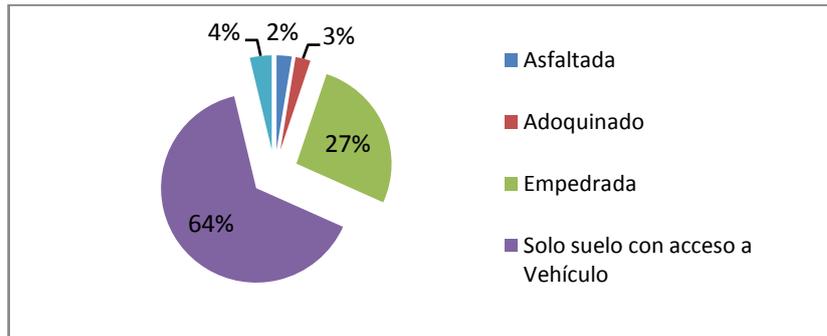
**Cuadro Nro. 29**

**19.- ¿Frente a su vivienda que carretera tiene?**

ALTERNATIVAS	Nº	%
Asfaltada	9	2,57
Adoquinado	9	2,57
Empedrada	93	26,57
Solo suelo con acceso a Vehículo	226	64,57
Camino angosto - Chaky Ñan	13	3,71
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 25**  
**¿QUÉ TIPO DE CARRETERAS O CALLES TIENE?**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Que la mayoría de los sectores poblados, cuenten con vías y accesos a vehículos es una oportunidad para el proyecto ya que facilitaría las rutas de visitas, de otra manera se tiene un alto porcentaje de vías de suelo susceptibles al clima, convirtiéndose así una debilidad o limitante para fin

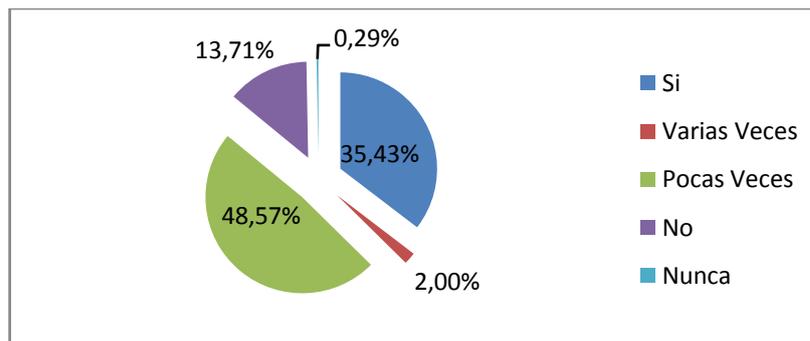
**Cuadro Nro. 30**

**20.- ¿Ha observado que limpian o dan mantenimiento las carreteras en su sector?**

ALTERNATIVAS	Nº	%
Si	124	35,43
Varias Veces	7	2,00
Pocas Veces	170	48,57
No	48	13,71
Nunca	1	0,29
<b>TOTAL</b>	<b>350</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Gráfico Nro. 26**  
**FRECUENCIA DE MANTENIMIENTO**



Elaborado por: Autor

Análisis:

Si la mayoría de las calles tiene al menos pocas veces mantenimiento o cuidado, fortalece al proyecto ya que aumenta la seguridad de los transeúntes vehiculares o peatonales que visiten la ruta

#### 1.7.2. Entrevistas realizadas a todos los actores

Para recopilar información primaria de las autoridades, líderes o representantes en la parroquia de San Rafael de la Laguna, fue necesario aplicar la técnica de la entrevista (ver anexo 29), dichos resultados se analizó a continuación:

**Objetivo.-** La presente entrevista tiene como finalidad recopilar información para conocer el nivel socioeconómico, cultural y tradicional de los habitantes de la Parroquia de San Rafael

#### **1.- ¿Qué tradiciones culturales celebran en la parroquia? las más relevantes de mayor a menor**

Dentro de las tradiciones culturales más destacadas de la parroquia en orden de importancia se identifican las siguientes:

- a) El Coraza
- b) Los Pendoneros
- c) Ñawi Mayllai
- d) El Gallo Capitán
- e) El Inti Raymi

#### **2.- ¿A qué eventos asisten masivamente? No solo familiares**

Acuden masivamente en función del orden establecido, cada una de las familias de la localidad

- a) La Coraza

- b) Los Pendoneros
- c) Inti Raymi
- d) Gallo Capitán
- e) Ñawi Mayllai

**3.- ¿Qué eventos culturales ha trascendido fuera de la parroquia?**

Estos dos eventos culturales han trascendido fuera de la parroquia, o son más conocidos como identidad parroquial

- a) El Coraza
- b) Los Pendoneros

**4.- ¿Cuántas veces al año se realiza estos eventos?**

- a) 2 veces
- b) 1 vez

El Coraza se realiza dos veces al año, y los Pendoneros una vez al año

1.7.3 Observación realizada a los aspectos de las encuestas y entrevistas

**Encuesta**

\*Se realizó la aplicación de esta técnica a los pobladores de la parroquia de San Rafael de la Laguna ya que es donde se ejecutará y desarrollará este proyecto

\*Como parte inicial se estructuró aspectos técnicos: *Nombre* del encuestado para respaldar la información; *Edad*, para determinar lo generacional; *Sexo o Género*, para determinar la participación de los géneros; *Etnia o Raza*, para determinar la pluriculturalidad; *Sector o Comunidad*, para verificar la participación inclusiva

\*La encuesta se preparó con cuatro aspectos: Socio-Económico, Cultural, de Servicios básicos y Vialidad; básicos para diagnosticar la realidad parroquial

\*Se tomó como referencia los datos archivados en las juntas de agua para determinar los porcentajes a ser encuestados por comunidad (datos poco técnicos)

\*Se aplicó las encuestas por la mañana, por la tarde y por las noches; días entre semana, al igual fines de semana, para captar información con menor error posible

\*Se determinó el rango de edad de 11 hasta más de 61 años, abarcando 3 generaciones, niños, jóvenes y adultos

\*Se socializó el objetivo final de esta encuesta para evitar contratiempos

\*Se utilizó lenguaje y preguntas sencillas, como también se requirió encuestadores bilingües (español, quichua)

### **Entrevista**

\*En esta técnica se consideró como población u objeto de entrevista a los dirigentes, líderes, o autoridades más relevantes, como voz oficial de cada sector, comunidad, institución o la parroquia misma

\*Los mencionados entrevistados constan como asamblea representativa de la parroquia

\*Como elementos técnicos se consultó, Nombre, Edad, Sexo, Etnia o Raza, Sector o comunidad y Cargo o dignidad

\*Se planteó 4 preguntas abiertas y de libre argumentos

\*Se focalizó las preguntas, para determinar las tradiciones culturales que celebran en la parroquia, el orden de importancia, la trascendencia, la popularidad y la periodicidad de estos eventos

\*Los resultados arrojados son bastante confiables ya que se realizó de forma individual a criterio de cada persona entrevistada

\*Las entrevistas fueron realizadas directa y únicamente por el autor del estudio

## 1.8 RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

### 1.8.1 Determinación de Aliados, oponentes, oportunidades, riesgos

En el siguiente cuadro se determinó aliados, oponentes, las oportunidades y riesgos sustraídos de las técnicas: encuestas, entrevistas y observación, así como de la información secundaria recopilada, para ilustración y beneficio del estudiante lector/a que utilice este trabajo final

**Cuadro Nro. 31**  
**ALIADOS, OPONENTES, OPORTUNIDADES, RIESGOS**

<p><b>ALIADOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Gobierno parroquial de San Rafael de la Laguna</li> <li>*Gobierno Municipal</li> <li>*Gobierno Provincial</li> <li>*Ministerio de Cultura</li> <li>*Ministerio Coordinador de Patrimonio</li> <li>*Ministerio de Turismo</li> <li>*Organizaciones de Segundo Grado (UNCISA, Gobiernos Comunitarios de las nueve comunidades)</li> <li>*Tenencia Política</li> <li>*Establecimientos educativos (especialidad de hotelería, turismo y gastronomía)</li> <li>*Iglesia Católica</li> <li>*Tiendas y comercios</li> <li>*Asociaciones</li> <li>*Artesanos</li> <li>*Universidad Técnica del Norte</li> </ul>	<p><b>OPONENTES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Iglesias protestantes (Evangélicas, mormonas, Vaháis)</li> <li>*Conceptos ideológicos- políticos en contra de líderes</li> <li>*Líderes negativos u oposición de autoridades, líderes o dirigentes</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Ubicación paisajística parroquial privilegiada</li> <li>*Clima templado</li> <li>*La panamericana norte atraviesa por el centro de la parroquia</li> <li>*La línea del ferrocarril atraviesa la parroquia</li> <li>*Vías de acceso que permiten a vehículos</li> <li>*Pobladores que residen fuera de la parroquia se involucran en eventos culturales</li> </ul>	<p><b>RIESGOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Inestabilidad del clima</li> <li>*Agua de consumo humano o uso doméstico, no potable o no tratada en la totalidad</li> <li>*Aguas servidas directamente arrojadas al ambiente</li> <li>*Migración del talento humano y de mano de obra.</li> <li>*Vías de acceso de tierra o suelo, sujetas a los cambios climáticos</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>*Involucramiento intergeneracionales, étnico y de género en eventos culturales</li> <li>*Empoderamiento de la identidad etno cultural indígena Otavalo</li> <li>*Fortalecimiento de la inter y pluriculturalidad</li> <li>*Disminución del machismo</li> <li>*Expresiones artísticas, culturales, artesanales, en oferta</li> <li>*Disponibilidad de agua para consumo humano en su totalidad</li> <li>*Disponibilidad de luz eléctrica en casi su totalidad de la población</li> <li>*Disponibilidad de celulares la mayoría de la población</li> <li>*El servicio de internet en la parroquia es poco lo cual se puede generar locales que se beneficien los moradores aledaños al centro cultural</li> <li>*Promover proyectos de alcantarillado para ejecutarse en las comunidades altas y conectarse con las redes bajas</li> <li>*Plantas de tratamiento de aguas residuales para desembocar en el lago San Pablo</li> <li>*Promover la comercialización de productos elaborados en la parroquia disminuyendo costos de distribución</li> <li>*De auto regularse para trabajar y brindar bienes y servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Trabajo de niños-adolescentes</li> <li>*Bajo nivel académico educativo de la población</li> <li>*Sub empleo y desempleo</li> <li>*De generar mendicidad en la parroquia, por la presencia de turistas</li> <li>*Crear o aumentar la inseguridad en los pobladores y visitantes</li> <li>*Pérdida de identidad cultural</li> </ul>
---	---

Elaborado por: El Autor

## 1.9 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA MOTIVO DE DIAGNÓSTICO

El propósito de todo proyecto de inversión es el de resolver un problema o una necesidad, o aprovechar una oportunidad cuyos efectos beneficiaran a un grupo de ciudadanos o a la comunidad. El estudio se enfocó en revitalizar el patrimonio cultural tangible e intangible, bondades tradicionales y ancestrales que la población mantuvo y que se está perdiendo paulatinamente.

Las condiciones económicas actuales en la parroquia de San Rafael de la Laguna, objeto del diagnóstico, demuestra que; El 68,86% de la población tiene un ingreso menor a 200 USD, por debajo del sueldo básico; pero del 100% del porcentaje

antes mencionado, el 65,97% de esa población tiene un ingreso entre 30 y 100 USD, lo que indica bajos índices en el desarrollo integral de la parroquia, en la calidad de vida, la educación, la migración, deserción escolar, trabajo infantil, indigencia de los adultos mayores, cohibición a la recreación y esparcimiento

Por otro lado Las Fiestas Tradicionales también objeto del diagnóstico, se determinó como una oportunidad para mejorar las condiciones económicas de la población ya que se involucran como actores principales a organizaciones sociales, beneficiando directa e indirectamente al entorno, estas fiestas trae consigo infraestructura, patrimonio, legados e historia rica digna de aprovechamiento para beneficio común.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 ANTECEDENTES DEL MARCO TEÓRICO

##### 2.1.1 Concepto de marco teórico

Para el Eco. Deymor B. Centty Villafuerte (2006, Pág. 56), Marco teórico tiene varias denominaciones respecto a esta fase, puede ser sistema Conceptual, Análisis teórico, revisión Bibliográfica, Antecedentes de literatura, etc. Que en general comprende las definiciones, teorías, enfoques, leyes y principios sobre el tema que ha escogido el investigador con la finalidad de poder revisar, aprender y explicar su utilidad

Guillermo Briones (1992, página 34-36), Manifiesta que el Marco teórico es la etapa en la que reunimos información documental para confeccionar el diseño metodológico de la investigación, es decir el momento en que establecemos cómo y qué información recogeremos, de qué manera lo analizaremos y aproximadamente cuanto tiempo demoraremos

Con los datos analizados se define que el Marco Teórico es: La Recolección de información adecuada, para fundamentar el estudio del proyecto a desarrollarse, dicha información será una herramienta medular en todo el proceso, de manera que fundamente una propuesta innovadora

##### 2.1.2 Finalidad del marco teórico

La finalidad de este Marco Teórico es recolectar información conceptual de todos los temas inherentes al estudio en mención, de manera que facilite la

sustentación de la propuesta innovadora que se presenta en este documento; de tal forma que el estudiante lector/a satisfaga todas las inquietudes surja. Este Marco teórico afianza como una guía para conocer específicamente los conceptos y métodos utilizados en la recolección de información, en la medida que se tenga un amplio marco teórico sobre el tema, todos los demás procedimientos se facilitan por cuanto sirve de referencia permanente en la elaboración de la hipótesis y en la construcción de variables e indicadores

## 2.2 CULTURA

### 2.2.1 Definición de cultura

Según el Diccionario Enciclopédico Universal (1998), Cultura es “el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social”

María Moliner (1990), manifiesta que Cultura es: “El conjunto de conocimientos no especializados adquiridos por una persona mediante el estudio, las lecturas y los viajes” Ya en sentido amplio “Es el conjunto de los conocimientos, grado de desarrollo científico e industrial, estado social, ideas, arte, etc. En un país o en una época”

De (<http://es.wikipedia.org/wiki/cultura>) se extrae, “Cultura es el conjunto de todas las formas, los modos y los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad se manifiesta como tal incluye lenguaje, costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias”

Se deduce “Es el conjunto de modos de vida, costumbres, artes, conocimientos, habilidades, actitudes y aptitudes, de una sociedad o conglomerado humano dentro de un espacio de territorio o tiempo”

### 2.2.2 Desarrollo de la cultura en San Rafael de la Laguna

Villarruel Nibo(2004, Pág. 26- 39), manifiesta que “los primitivos habitantes fueron tan antiguos como los Caranquis, entre las tribus rebeldes que existieron fueron los Guajindros, Cachimueles, Itambis y Tocagónes, quienes demostraron valentía y estirpe de guerreros al defender bravamente la dominación Incásica de Huayna Cápac, unidos con los Otavalos y Jatuntaquis motivo por la que fue admiración de los Incas y posteriormente de los españoles”

El autor menciona de los hallazgos arqueológicos encontrados en la parte de mojada cajas, “se descubrió un sepulcro completo de objetos de cobre, a saber hachas perforadas, hachas ceremoniales, tincullpas llanas y con cabeza de relieve, cinceles, cascabeles y palas, objetos que fueron trabajados cuando la tecnología metalúrgica alcanzó su mayor esplendor con las aleaciones de cobre con zinc y otros con oro”

Villarruel N. (2004) manifiesta también de las comunidades que la dominación española creó son: “San Roque y San Miguel dos capillas en las lomas de las comunidades como en señal de confrontación de dos frailes agustinos, pero por pedido del obispo Pedro Rafael Gonzales y Calisto se decreta la adhesión de San Roque a la parroquia de San Pablo”, la rebeldía de los indígenas pudo más y exigen crear una nueva parroquia, de manera que el obispo pide al gobierno la fundación de la parroquia de San Rafael de la Laguna, y se ven obligados a crear un centro poblado donde se ubiquen Iglesia, la tenencia política y la cárcel, de allí los primeros pobladores mestizos del Centro Parroquial fueran traídos para ocupar dichos cargos

En todo el proceso de la parroquia se ha podido determinar la permanencia de tradiciones y costumbres con la incidencia de la cultura española o republicana, cabe mencionar que por ejemplo al Inti Raymi o (fiesta del sol) se lo conoce como San Juan, al Coraza como fiestas de San Luis Obispo, y los Pendoneros; Fiestas que curiosamente coinciden el calendario agrícola con los Santos de la iglesia católica, quienes pretendieron eliminar las fiestas paganas, que supieron mantenerse en el tiempo como Manifiesta Carlos Alberto Coba A. (Festividades

Populares de Imbabura, 2010, Pág. 81) “La fiesta de Pendoneros fue, junto al Inti Raymi y a la fiesta del Coraza, en San Rafael, de las más características de la provincia de Imbabura”. San Rafael de la laguna en la actualidad se encuentra en proceso de revitalizar los eventos y actos culturales sin olvidar de los que se incrementaron a través del tiempo, con un predominio de los Otavalos ya modernizados

### 2.2.3 Desarrollo de la cultura en Otavalo

Otavalo en septiembre se viste de gala pues es el mes del Yamor, Germánico Guevara (Festividades Populares de Imbabura, 2010, Pág. 68; 71) cita, “Un grupo de jóvenes otavaleños, idealista, SACAN, la fiesta del ostracismo elitista hacia las calles, la vuelven del pueblo”, incorporándose luego los barrios, gremios, instituciones y el sector indígena. El Yamor se asume con mayores expresiones de contenido cultural, folklórico, histórico y tradicional; La relación con el Dios sol, las cosechas, el maíz y la vida cotidiana, la chicha fue una propia bebida del Inca

Otavalo considerado ciudad cosmopolita, tiene gran diversidad étnica y cultural, a demás de musical se evidencia en lo principal en sus fiestas populares y religiosas. Las parroquias rurales como San Pablo del Lago, San Rafael de la Laguna, Gonzales Suarez, Quichinche, Iluman, Peguche tienen precisamente al Inti Raymi, como fiestas más importantes “fiestas del sol” o conocida también como el San Juan en la iglesia católica. Los rituales son proseguidos por festejos musicales, comparten comida y bebida, al son de danzas tradicionales recorren las calles y plazas del cantón. Sin desmerecer la gran actividad agrícola y sociocultural de Selva Alegre y Pataquí; Los fuegos pirotécnicos no pueden faltar en las fiestas populares son las que brindan el toque de alegría y colorido, los pregones con castillos, voladores, cohetes, ruedas de fuego y más

Desde el 31 de octubre de 1829, Otavalo supera los 180 años de ciudad, Fernando Bonilla, (Festividades Populares de Imbabura, 2010, Pág. 116 - 117) resalta “Pueblo pujante susceptible de adelantamiento” “Remanso de preciosidad

paisajística, alegría multicultural, comarca vital de ensueño y espacio cosmopolita que entreteje el intercambio productivo-comercial. Ciudad de raigambre bolivariana pero también de honda condición andino-tutelar e hispánico-occidental con derecho adquirido CAPITAL INTERCULTURAL del Ecuador desde el 2003 por mandato legislativo”

#### 2.2.4 Importancia de la cultura en Imbabura

La cultura en Imbabura según Luis Andrade Galindo (Festividades Populares de Imbabura, 2010, Pág. 9 - 10), “Se conoce al conjunto de manifestaciones antropológicas del hombre imbabureño, vinculado a su terruño, y que tienen por objeto resaltar lo cívico, costumbres, festividades, recuerdos comunitarios, etc. Es una fiesta que unifica a cada sector de la provincia a lo largo del año, resaltando su real importancia y la perennidad que la tipifica” Andrade agrega “La provincia de Imbabura es riquísima en su ancestro cultural y a los propios imbabureños por nacimiento o por escogimiento voluntario, circunstancial, nos falta continuar descubriendo, esto que llamamos identidad, para enriquecer el espíritu colectivo y honrarnos de los hermanos del ayer”

La provincia no puede ser de otra manera que su enriquecimiento se lo debe a cada Cantón, Otavalo, Ibarra, Cotacachi, Atuntaqui, Urcuquí, Pimampiro, a la vez estos a todas las parroquias rurales y urbanas que mantienen la cultura viva y creciente, de alguna manera cambiante a las circunstancias de la actualidad pero la esencia se mantiene en la raíz de cada conglomerado social

No solo lo tradicional expresa cultura, cabe mencionar a los grandes talladores de San Antonio de Ibarra, los Grandes músicos que se forjan en Cotacachi, los grandes textileros en Atuntaqui y Otavalo sin olvidarnos del folklor, los semilleros agrícolas de Pimampiro y Urcuquí, los hermosos paisajes en cada uno de sus cantones y las destrezas de la población, sobre todo el ímpetu de los moradores por desarrollarse individualmente, asociativamente, privadamente por el desarrollo de la provincia y el país

## 2.3 TRADICIONES

### 2.3.1 Definición de tradiciones

En el Diccionario Enciclopédico (1998), Tradición es: “Transmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, costumbres hecha de generación en generación”

María Moliner (1990), Tradición es el “Paso de unas generaciones a otras a través de la vida de un pueblo, una familia, etc. De noticias, costumbres y creaciones artísticas colectivas (heredar)”

De (<http://es.wikipedia.org/wiki/tradición-32k>) se extrae, “Tradición es el conjunto de patrones culturales que una generación hereda de las anteriores, y usualmente por estimarlos valiosos, transmite a las siguientes”

Se define a las tradiciones: “Es la transmisión de culturas, costumbres, creaciones artísticas colectivas, noticias, rituales, celebraciones a través del tiempo expresados de forma vivencial o comunicacional de generación a generación

### 2.3.2 Importantes tradiciones en San Rafael de la Laguna

El Prof. Nibo Villarruel (2004, Pág. 266-296) menciona información abalizada por el Gobierno Municipal de Otavalo y El Gobierno Parroquial de San Rafael de la Laguna, como fuente oficial y más real, las principales e importantes tradiciones de la parroquia

*-El 3 de mayo fiesta realizada en el Centro Parroquial.-* Nace con el Padre Carlos Trujillo en 1963 por petición especial del Sr. José Ignacio Valenzuela en homenaje al señor de las angustias por gratitud del favor concedido al pasar los años se convierte en una fiesta tradicional de las Familias: Oña, Guamaní, Calapaqui, etc. Quienes toman a cargo pomposamente la fiesta del Señor de las Angustias del 3 de mayo; en la actualidad se ha incrementado el número de sacerdotes voluntarios

*-Fundación de la parroquia, 9 de junio. Conmemoración de todo el casco Urbano y participación de Comunidades.-* Villarruel N manifiesta “En tiempos pasados se conmemoraba con devoción la fiesta patronal del Arcángel San Rafael, en octubre de cada año, luego se investiga en los registros eclesiásticos la fecha de fundación de la parroquia; en tal virtud se encuentra que es elegida a esta categoría un 9 de junio de 1884, en consecuencia se da un nuevo giro a la programación de fiestas aniversarios, a partir del 9 de junio de 1973”, se nombra un comité de fiestas, se elige reina o soberana para conmemorar dicho acontecimiento, a ellos se suman pomposamente en 1990 la revitalización de las culturas y tradiciones de San Rafael, denominado el (primer encuentro cultural de tradiciones indígenas “Coraza, Pendoneros y San Juan”), riqueza patrimonial

*-San Juan, El 24 de junio.-* el Prof. Nibo, redacta, “Esta fiesta se conmemora el 24 de junio en honor a San Juan Bautista, al parecer este baile celebraban mucho antes de la época colonial pero con otro nombre, puestos que ciertos cronistas comentan de una fiesta nativa en el solsticio de verano, con la venida de los españoles y la introducción de la iglesia católica, le denominan San Juan” Desde 1916 los indígenas acostumbraban a bailar desde sus comunidades hasta adueñarse de la plaza del centro poblado, donde comenzaban a bailar dando vueltas con gritos, pitos de caracoles o de cuernos de ganado, sus puños en alto en gesto de hombría las mujeres cuidaban desde una distancia prudencial; Las dos parcialidades existentes en aquella época tenían sus características marcadas, San Roque en la actualidad Comunidad de Tocagón, San Miguel hoy San Miguel Alto cualquiera de estas comunidades debía tomarse la plaza del Casco Urbano, para bailar con todo vigor y en vista de varios curiosos, mestizos e indígenas

*-La Rama.-* Acostumbraban a pasar en las fiestas de San Juan, manifiesta el autor, con el propósito de dar alegría, distracción, baile, comida y bebida; “Consiste en que una familia indígena pedía prestado dinero en efectivo a alguna persona mestiza del poblado para devolver el próximo año el doble, en otros casos recibían un cuy y un gallo para ser entregado el año siguiente 12 cuyes y 12 gallos, los mismos que eran colgados en palos resistentes, de sus extremos cargaban dos indígenas sobre sus hombros, que al son de la banda de músicos de pueblo iban

zigzagueando y los dueños de la rama a entregarse bailando con humor, por supuesto nunca faltaba la volatería, el trago, la chicha y los acompañantes”

*-Los Corazas, el 19 de agosto.-* Es aquí donde el autor pone énfasis en la redacción “El primer paso era contraer el compromiso social frente a la comunidad, concurriendo al convento parroquial, entre sus familiares y demás allegados para solicitar al Sr. Cura - Párroco, anote su nombre en calidad de “Prioste del Coraza” del próximo año a demás pedía que sea proclamado este particular en la misa solemne del 19 de agosto”, “El Segundo paso era nombrar su equipo festivo, para lo cual obsequiaba pan casero a cada uno de sus personajes serviciales, con lo que comprometía la aceptación. En el Centro Poblado se veía entregar en comisión, con música indígena, una “costra gigante” de pan amasado (40 Cm. De diámetro), al Teniente Político, Señora vestidora del Coraza, al Sacerdote, al músico mayor y alguna otra persona de relieve”

El grupo festivo estaba conformado de la siguiente manera: Loa.- Es generalmente un niño mestizo de 10 a 14 años de edad encargado de recitar una composición literaria en honor al Coraza; Yumbos.- Dos o tres personas vestidos con blusas y pantalones de color azul, adornados con algunas oropeles, medias largas de mujer, alpargatas y una corona de cartón forrado de papel plateado y adornado con plumas de colores; Servicio.- Una persona de confianza para que administre la casa del prioste, es el encargado de supervisar la comida y la bebida durante el tiempo que dure el compromiso del Coraza; Cati servicio.- Es el que reemplaza al servicio cuando este se ha embriagado; Otros servicios.- Un Cuentayo, para que cuide al Coraza, de manera especial el sombrero en forma de media luna, el mismo que se hallaba adornado de colgantes de oro y plata; Un Paje.- Quien le cuida constantemente y le dirige al caballo, sobre el cual va cabalgando el Coraza; Un contabilista.- Que se responsabilice de tomar en cuenta minuciosamente, la lista de personas y la clase de contribuciones que recibe, con el propósito de devolver en la misma manera, cuando éste pase la misma fiesta; Otro Cuentayo.- Encargado de proteger a la Prioste, mujer del coraza; como también de recibir los obsequios que a ella lo hacen, para devolver en idéntica circunstancia que su esposo; Dispensera.- Es la encargada de almacenar los víveres, la chicha y el

aguardiente, dirigir la elaboración de comidas y bebidas; Músicos.- Para todos los actos previos a la fiesta, en el momento mismo de la ceremonia y después de ella, están presente los músicos indígenas con sus instrumentos autóctonos: Caja, pingullo y dos rondadores pequeños. También son contratados los músicos del pueblo para las llamadas “Pasadas del Coraza”, de la casa a la Iglesia y viceversa Cosineras, Labanderas, Niñeras.- Cumplen órdenes específicas de la despensera; Acompañantes.- Forman el grupo de los familiares y amigos del prioste, quienes ayudan a varias actividades, entre ellas: Cargar en hombros la imagen de San Luis, sostener en sus manos la sarta de monedas de plata antigua, mientras dura la procesión de la casa a la iglesia, encender la volatería, Repartir la bebida y la comida; El Yamor.- Es una bebida muy apreciada y sabrosa propia de esta fiesta, se consume en poca cantidad y para determinadas personas importantes, su preparación se lo realiza en la paila grande con cinco variedades de maíces: amarillo, blanco, morocho, canguil y chulpe; su cocimiento dura más de 12 horas y en continuo movimiento; La Comida.- Todos los días servían a un buen número de visitantes, mestizos e indígenas: en un plato de barro la mazamorra con huevo, papas, pedazo de cuy o gallina, otra porción de mote pelado, la chicha en pilche y el trago o licor; Vestimenta del Coraza.- El Coraza lleva un traje especial confeccionado por alguna señora del centro poblado, la misma que tiene mucha experiencia en este arte folclórico, lo hace por un contrato bajo una garantía económica, puesta que lleva aretes y colgante de oro especialmente en el sombrero de fiesta; Vestidora del Coraza.- El Coraza, los Yumbos y el Loa, hacen arreglo con algunas mujeres del pueblo de San Rafael para que les preparen sus vestidos, la noche anterior a la fiesta cada coraza va a la casa de la vestidora, para que le arregle su cabello, La mujer hace una especie de permanente, mojándolo con chicha y amarándoles en rulos con tiras de trapo viejo

Lo medular de la fiesta menciona Villarruel es el “Pase del Coraza”.- El Coraza, muy elegante y adornado de joyas valiosas, montado en su caballo cubierto en el anca ,con un manto de tela de color, atraviesa el centro poblado, acompañado de los Yumbos y el Loa, los mismos que también cabalgan en corceles. En la copa de la montura del prioste se encuentra amarrados dos cadenas largas de hilo con plata antigua, la misma que es llevada por los familiares y amigos. Delante va su esposa

vestida con ropa nueva común y corriente, cubierta con un sombrero de fieltro semejante al Loa. Encabeza la denominada “pasada” una orquesta indígena, compuesta de tambor, caja, pífano y dos rondadores pequeños. Hacen el bullicio con camaretas, voladores, jarros, truenos y la sarta de nudos de pólvora y mechas; tendida el suelo va reventando por toda la calle principal, el ruedo de la plaza, hasta la puerta de la iglesia. Siguen muchos acompañantes con sus trajes nuevos, hombres, mujeres y niños. Cerrando este “pase” se halla la Banda de Músicos de San Rafael tocando las notas características de esta fiesta. Concluido este acto religioso, se encaminan a la casa del coraza a comer y beber, al siguiente día 20 de agosto entran a la población, igual que el día anterior, con la única diferencia de llegar solamente a la puerta de la iglesia, donde el Loa recita al público presente, un poema con rima de 20 estrofas en homenaje al patrón San Luis. Enseguida el Coraza se cambia el sombrero de colgantes de oro, a uno de fieltro. Cabalgando en su caballo al igual que los yumbos y el Loa, es perseguido alrededor de la plaza y las calles aledañas, tratando de pegarle en la cara con caramelos, se defiende con sus manos y brazos. En caso de sacarle sangre de la nariz el yumbo o el Loa que haya realizado este acto tiene un premio, consiste en una botella de trago y abundante comida típica. Finalmente se dirigen a la casa del coraza donde la fiesta continuaba por un par de semanas

*-La Purísima, el 8 de septiembre.-* Villarruel Nibo, narra “La fiesta de la purísima era dedicada para mujeres con fe religiosa y devoción en homenaje a la “Virgen María Limpia y Pura” cada 8 de septiembre de todos los años

*-Los Pendoneros, 16 de octubre.-* Nibo V. comenta, “Los indígenas que deseaban el priestazgo, se ponían de acuerdo con sus familias más cercanas y escogían un servicio, con el propósito administrar los actos del “pendonero”, luego solicitaban al sacerdote para que le hiciera besar la bandera roja, como símbolo de prioste después le extendía la bendición, con el fin de que Dios le ayude a pasar la fiesta con bastante fervor y devoción”; inmediatamente organizaba la fiesta para el 16 de octubre con la adquisición de 10 o 12 banderas rojas, con dos puntas en las cuales llevan borlas de seda y lana y en cada bandera se hallaba una alegoría religiosa colocada en el centro. Las astas miden 4m de largo; las ceremonias

religiosas lo realizaban en las capillas de San Miguel y San Roque, de acuerdo a la resistencia del prioste; Para concurrir a una de las capillas, el prioste tenía la siguiente indumentaria: Sombrero de fieltro, poncho, camisa bordada, calzoncillo (pantalón), en el cuello un pañuelo azul o amarillo dependiendo del sector en la que reside el prioste; La efigie de San Miguel colocada en anda sobre los hombros de amigos y familiares, encabezaba el desfile seguido por el prioste

Los indígenas con banderas al hombro correteaban a la redonda del prioste al son de una música propia de esta fiesta; Acompañaban: familiares, allegados y mas amigos; los músicos indígenas con la caja, pífano y dos rondadores pequeños alegraban el trayecto, al igual que la banda del pueblo, contratada para todo el tiempo necesario, mientras tanto los voladores y camaretas ponían el bullicio en su recorrido hasta el templo comunal; El sacerdote celebraba la misa solemne en la capilla, terminando este acto religioso la multitud regresaba a la casa del prioste, una vez en este sitio bebían y comían: chicha de jora, aguardiente, caldos, colada de sal, motes, chochos, gallinas, cuyes y huevos; Una de las banderas rojas colocaban en el patio de la casa demostrando que todavía estaban de fiesta

*-Pases del niño Jesús, del 25 de Diciembre al Martes de Carnaval, fiestas del Centro Poblado y Comunidades.-* El documento investigado muestra, “Al llegar el 24 de diciembre, la población revive el cristianismo del nacimiento del Niño Jesús, al concurrir masivamente a la celebración religiosa de las 6 y 12 de la noche, a esta última lo denominan en quechua “Tuta Misa” (misa de la noche); Los priostes se prepara un maravilloso belén situado en su casa particular, promueven la procesión hacia la iglesia parroquial, en primer lugar va el Niño Jesús en su bandeja de flores en manos de los priostes alternándose con familiares y más allegados, la banda de músicos entona canciones de la época durante todo el trayecto, niños vestidos de pastores saltan alrededor del Niño, y lanzan pétalos de flores

\*Germán Patricio Lema (1995, Pág. 92-96), en su obra menciona “El coraza es la fiesta del monarca Inca, los principales señores de la comunidad, contando con suficientes recursos como para suplir los gastos que contrae esta fiesta del coraza,

se acuerda a celebrarla, comúnmente en la parcialidad de San Rafael del lago San Pablo”

Por otra parte Germán Lema, resalta las fiestas de San Juan como fiesta de la sierra norte y menciona “La fiesta del inti Raymi, que en castellano equivale a decir la fiesta del Rey Sol, cae en el solsticio de verano, de acuerdo al calendario occidental, el 24 de junio. En el pasado las fiestas se celebraban en agradecimiento al Dios Sol, por haber fecundado la tierra y hecho posible las cosechas”, De la misma manera generaliza la forma de realizar estos acontecimientos sin restar el vigor cultural

Los Pendoneros para Germán Lema, se desarrolla “El prioste o también llamado Caporal, es quien cubre los gastos que exige las distintas actividades de la fiesta. El priostazgo puede caer en 4 o 7 personas; los que por pedido o deseo propio se encargan de pasar misa a algún Santo de la Capilla o patrono del pueblo”, le atribuye a los Otavalos estas características fiestas de San Rafael

Segundo Obando (1988 Pág. 45-47), menciona de las principales tradiciones en San Rafael al escribir “Los Pendoneros se lleva a cabo en San Miguel de Cuchiloma” (sobrenombre a los que viven en San Rafael); menciona de la fiesta de San Juan, y los Corazas, con los personajes anotados sin omitir el valor cultural

Mauricio Cisneros A. (Monografía de San Rafael, 1980, Pág. 55-81) Menciona en un espacio considerable de su monografía del Coraza y los Pendoneros como relevantes y de gran trascendencia para la parroquia de San Rafael

### 2.3.3 Desarrollo de las tradiciones en Otavalo

El auge de revitalizar las tradiciones en el Cantón Otavalo ha llegado a los grupos sociales tanto del sector urbano como del sector rural, de tal forma que el Inti Raymi como principal fiesta tradicional del norte del país, ha tomado un repunte importante en el desarrollo de las tradiciones de los habitantes, a tal punto que llama a la concurrencia de propios y extraños, y no solo tal concurrencia sino a formar parte de estas celebraciones, cabe resaltar en Peguche

por ejemplo la presencia de europeos, asiáticos, norteamericanos, suramericanos en las fiestas del nombrado San Pedro (parte del Inti Raymi); en la parroquia de Gonzales Suarez se destaca las ramas de gallos con los indígenas Cayambis; San Pablo también se ha sumado a estas fiestas tradicionales al igual que Quichinche, Iluman, Eugenio Espejo; por otra parte San Rafael de la Laguna aporta tradicionalmente para Otavalo con grandes eventos al punto que otras parroquias lo están replicando refiriéndome a los Corazas, Pendoneros que de algún modo lo están folklorizando pero con un toque de distinción característica de cada sector. El sentido de Ciudad Cosmopolita, Otavalo ha venido acrecentando en los valores interculturales y pluriculturales, esto se refleja en las tradiciones retomadas por la sociedad involucrando la niñez y juventud vital de las tradiciones del cantón.

#### 2.3.4 Importancia de las tradiciones en Imbabura

Marcelo Naranjo V. (La Cultura Popular en el Ecuador, Tomo V, Imbabura, 1989, Pág. 140-182) Toma como referencia la importancia de las tradiciones, lo cual se considera oportuno mencionar: “**Fiestas religiosas.**- Fiestas patronales, Los corazas de San Rafael, Semana Santa y Corpus Cristi, día de los difuntos; **Fiestas Agrarias.**- San Juan y San Pedro, Pendoneros, fiestas del Yamor y la Jora, Fiestas de los Ovos; **Fiestas Cívicas.**- Fiestas anuales de parroquialización o cantonización de los diversos centros poblados de la provincia, son otra expresión festiva de la que participan los sectores populares y han traspasado el tiempo manteniéndose. Carlos Alberto Coba A. (2010) Recopila lo antes dicho por Marcelo Naranjo V, De tal manera podemos evidenciar la permanencia de las tradiciones de Imbabura.

## 2.4 ARTES

### 2.4.1 Definición de artes

Según el Diccionario Enciclopédico Universal (1998), Arte es: “Acto mediante el cual imita o expresa el hombre lo material y lo invisible y crea copiando o fantaseando”

Según María Moliner (1990), Arte es “Manera como se hacer una cosa; cualquier actividad humana encaminada a un resultado útil que tiene un carácter más práctico que teórico; Actividad humana dedicada a la creación de cosas bellas”

De (<http://www.monografias.com/trabajos10/desartp/desartp.shtm>) se extrae, “Arte es la actividad que requiere aprendizaje y puede limitarse a una simple habilidad técnica o ampliarse hasta el punto de englobar la expresión de una visión particular del mundo”

Se define “Arte es la actividad humana dedicada a la creación de cosas bellas, estas pueden ser aprendidas y convertidas en técnicas o especialidades, capaz de transmitir mensajes reales o imaginarios a la visión o sensibilidad humana”

#### 2.4.2 Clasificación de las artes

Una clasificación actual que (<http://es.wikipedia.org/wiki/arte>) muestra; en la actualidad se suele considerar la siguiente lista como bellas artes:

La arquitectura, la Danza, la Escultura, la Música, la Pintura, la Poesía (y Literatura en General), la Cinematografía, la Fotografía, la Historieta, arte existe una discrepancia en la actualidad. Para agregar a esta lista ciertos críticos e historiadores consideran como otras artes a las siguientes: La gastronomía, la perfumería, la televisión, el teatro, la moda, la publicidad, la animación y a los videojuegos

Para María Moliner (1990), se llama arte sin más especificación al de los actores, actrices, cantantes o bailarines; pero anota las clases de arte: Arquitectura, Cerámica, Circo, Danza, Dibujo, Escultura, Esmalte, Fotografía, Grabado, Labores, Literatura, Música, Orfebrería, Pintura, Joyería, Repujado, Teatro, FOLKLORE “Abstracto, Barroco, Churrigueresco, Clásico, Cuatrocentista, Cubista, Dadaísta, Decadente, Expresionista, Figurativo, Flamígero, Florido, Funcional, Futurista, Gótico, Idealista, Impresionista, Manuelino, Modernista, Naturalista, Neoclásico, Ojival, Parnasiano, Plateresco, Primitivo, Realista, Renacentista, Rococó, Románico, Romántico, Simbolista, Surrealista, Verista”,

Armonía “Euritmia, Expresión Movimiento, Unidad”, Crear “Animador, Artífice, Artista, Autor, Bohemio, Contorsionista, Escritor, Juglar”, Payaso “Prestidigitador, Saltimbanqui, Volatinero”

#### **2.4.2.1 Artes plásticas**

Concepto.- ([http://es.wikipedia.org/wiki/artes\\_plásticas-41k](http://es.wikipedia.org/wiki/artes_plásticas-41k)) proporciona, “las artes plásticas son la presentación o representación de conceptos, emociones y situaciones de carácter humano por medio de elementos materiales que puedan ser percibidos por los sentidos”

De (<http://www.escuelacima.com/quesonlasartesplasticas.html>) se toma “Las artes plásticas son el trabajo con materiales moldeables o que tienen plasticidad y al manejarse con diferentes técnicas ayudan a expresar la idea que se quiere comunicar”.

Artes plásticas, Es formar y conformar ideas con distintos materiales mediante acciones, es decir, representan un conjunto de acciones y actividades de tipo gráfico-plástico, en donde interviene la vista y el tacto para apreciarlas y estimularlas nuestra imaginación y pensamiento.

#### **2.4.2.2 Artes musicales**

En (<http://es.wikipedia.org/wiki/musica71k>) menciona “el arte de organizar sensible y lógicamente una combinación coherente de sonidos y silencios utilizando los principios fundamentales de la melodía, armonía y el ritmo”

En ([http://www.all-artecuador.com/download/ftns/inserto\\_pedagogico7.pdf](http://www.all-artecuador.com/download/ftns/inserto_pedagogico7.pdf) 2008) “se compone de sonidos organizados en esquemas rítmicos, en secuencias melódicas y armónicas”

Al mencionar que la “Música es la organización coherente de sonidos”, da la pauta para analizar al “sonido” como material de la música

Buena parte de las culturas humanas tienen manifestaciones musicales, algunas especies de animales también son capaces de producir sonidos en forma organizada; lo que define a la música de los hombres, pues no es tanto el ser una combinación correcta, armoniosa o bella de sonidos en el tiempo, como el ser una práctica de los seres humanos dentro de un grupo social determinado. Independientemente de lo que las diversas prácticas musicales de diversos pueblos y culturas tengan en común, es importante no perder de vista la diversidad en cuanto a los instrumentos utilizados para producir música

#### **2.4.2.3 Esculturas**

En <http://www.profesorenlinea.cl/artes/esculturadefinicion.htm>, escultura.- “Es el arte de modelar, tallar y esculpir en barro, piedra, madera, metal u otra materia conveniente, representando en volumen, figuras de personas, animales u otros objetos de la naturaleza o el asunto y composición que el ingenio concibe”

En el diccionario AULA (1998), conceptualiza “Escultura es el arte de modelar, tallar y esculpir representando figuras de bulto”

Según (Escultura, <http://es.wikipedia.org/wiki/escultura>), “Escultura se llama al arte de modelar el barro, tallar la piedra, madera u otros materiales”

Con estos argumentos se define; Escultura es el arte de modelar, tallar y esculpir, con materiales moldeables, de tal manera expresar figuras de personas, animales o cosas que represente importancia para el autor

Tipos de esculturas.- Las Estatuas, los relieves, Busto, Torso, Criselefantina, La escultura Arquitectónica, La escultura cinética

#### **2.4.2.4 Artes literarias**

En (<http://es.wikipedia.org/wiki/literatura>) define, “La literatura es el arte que utiliza como instrumento la palabra”. Es un conjunto de producciones

literarias de una nación, de una época o de un género, y al conjunto de obras que versan sobre el arte o una ciencia”

(<http://definición.de/literatura/>) Ilustra que “la palabra literatura proviene del término latino (*litterae*), que hace referencia al conjunto de saberes para escribir y leer bien; El concepto está relacionado con el arte de la gramática, la retórica y la poética.”

Estas definiciones ayuda a conceptualizar, “Las artes literaria es la forma inédita del ser humano para expresar sus sentimientos; creencias; fantasías; sueños; ilusiones, Vivencia o más, sean estas positivas o negativas a través de las palabras escrita u oral sin aferrarse a un estilo propio o único

#### 2.4.3 Importancia de las Artes

En el desarrollo del estudio es de suma importancia recopilar datos en referencia a las Artes, tratando de facilitar las ilustraciones a la vez que ampliar y sustentar el trabajo de grado. De tal manera ir a lo general, histórico y conceptual para la ilustración del estudiante lector/a. Conociendo que las Artes, es un ampliado tema de concepción al igual que de discusión, que desde la historia viene dando mucho trabajo a los estudiosos (especialistas), en su definición pero se amplió puntos de vista para demostrar que es incluyente a los cambios que se produzcan en los procesos de investigación futura y se les pueda conjeturar a los actos, tradiciones, costumbres, música, esculturas, entre otras que aparezcan en este trabajo.

#### 2.4.4 Desarrollo de las artes en San Rafael de la Laguna

El plan estratégico de San Rafael (2009 – 2014) menciona, “es una parroquia del cantón Otavalo, provincia de Imbabura-Ecuador, su población étnica en más del 90% es indígena perteneciente a los Otavalos y de Blanco mestizo en el porcentaje restante. Es dueña de una riqueza cultural, tradicional y paisajística; su gente se caracteriza en el trabajo, honestidad y la mancomunidad”

Con esta referencia se menciona el desarrollo de las artes que ha venido acrecentando en la parroquia, por tanto deja extenso y abierto el campo para tipificar como arte a todas las expresiones que se realice en la población, la música autóctona que viene manteniendo, tanto los indígenas como los mestizos, las poesías literarias como legado y se sigue produciendo en beneficio común, las tradiciones culturales que incluye la danza y expresiones corporales como fortaleza, a esto sumar la pintura, tallados, incrustados, taraceados, tejedores de totora y lo restante que se omitió en el trabajo artístico, lo paisajístico, lo natural y lo cultural que ofrece este espacio ensoñador

#### 2.4.5 Desarrollo de las artes en Otavalo

De (<http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/ciudades-cercanas-quito-ecuador/quito-ciudad>) se extrae “Otavalo está localizado a dos horas del norte de Quito en las altas tierras andinas. Cerca de 50000 personas residen en la ciudad de donde el famoso mercado tomó su nombre, rodeado de volcanes está en un hermoso sitio”. Tienen sus artesanías en el mercado o Plaza de Ponchos, aquí es donde ocurren la mayoría de las transacciones turísticas, esta se desarrolló en los años 1960-1970 y ha demostrado ser muy provechoso para los otavaleños, esta identidad es rica y profunda, muchos otavaleños todavía hablan quichua, su lengua nativa y lleva su vestimenta tradicional

Al núcleo de desarrollo turístico-económico que hemos mencionado se suma la gran diversidad de artes que Otavalo nos presenta y no solo en el centro Urbano, si no en todos los polos sociales, culturales, pluriculturales e interculturales, que ostenta el cantón, no se lleva el protagonismo solo lo urbano o solo lo rural, es la interrelación la que intensifica el desarrollo de las artes

Este cantón ha demostrado un grado elevado de cultura, tradición, trabajo, religión, medicina ancestral, conocimiento ancestral y convencional, literatura, música y danza ancestral, contemporánea y actual, ciencia, educación, tecnología, sobre todo resaltando lo acreditado en el año 2003 categoría de Ciudad Cosmopolita, donde los extranjeros encuentran paz, tranquilidad, armonía que visto con otros ojos esto también es arte, el arte de vivir y hacer vivir

#### 2.4.6 Desarrollo de las artes en Imbabura

La provincia de los lagos se muestra fascinante por su naturaleza y la idiosincrasia de su gente, menciona Humberto Oña Villarreal (Festividades Populares de Imbabura, Septiembre 2010, Pág. 137-144) “Imbabura es un mágico rincón andino; ofrece muchos encantos a las personas que viven en ella o la visitan. Está rodeada de múltiples atracciones turísticas; es un cofre de historia y temas interesantes, que se les debe dar suma importancia”

Brinda lugares hermosos y tradicionales la rica artesanía y la biodiversidad de los bosques, sitios históricos y legendarios, museos, entretenimientos espectaculares; cabe destacar la gastronomía porque se tiene la oportunidad de saborear platos típicos como el cuy, la fritada, las carnes coloradas, la chicha de jora, la del Yamor, los helados de paila, los ovos de Ambuquí, el pan de leche de Caranqui. Por la diversidad del clima se cultiva café, los cítricos, plátano, chirimoya, aguacate, papaya, piña, la caña de azúcar

La diversidad de Arte que hay en la provincia, la étnica pone su característica con: Afrochoteños, Indígenas (Awas, Otavalos, Natabuelas, Cayambis, Caranquis), Montubios, Mestizos, Blanco Mestizos, Mulatos, Cholos entre otros, es una muestra de plurinacionalidad, pluriculturalidad, estos asentados en los Cantones, Parroquias, Comunidades, Sectores, Barrios y Caseríos, construyen el desarrollo de las artes para la provincia

### 2.5 RITUALES

#### 2.5.1 Concepto de rituales

Según María Moliner (1990), Rituales es: “Acto religioso repetido invariablemente con arreglos a normas prescritas, se aplican generalmente en el lenguaje informal a cualquier acto repetido de manera invariable respetando como religiosamente”

Según el diccionario AULA (1998), “Rituales son el conjunto de reglas establecidas para el culto y ceremonias religiosas. Conjunto de ritos de una religión o iglesia”

Con los argumentos se define qué, “Ritual es un acto religioso, solemne, repetido invariablemente con reglas, normas establecidas para realizar culto u homenaje, ceremoniosamente a una religión, creencia o iglesia”

### 2.5.2 Clases de rituales

En (<http://es.wikipedia.org/wiki/rito>), se encuentra los principales tipos de ritos: De purificación.- que se celebran por medio de agua; por ejemplo, los baños rituales y los bautismos, lavan al hombre de su culpa y lo hacen digno ante la divinidad. De sangra.- que consiste en el derramamiento de sangre: por ejemplo, circuncisión o los sacrificios. De tránsito o de paso.- se dan en momentos claves de la vida de una persona (nacimiento, pubertad, matrimonio, muerte). Funerarios.- relacionados con la muerte y el supuesto paso a la otra vida. De iniciación.- relativos a la introducción a los misterios o prácticas religiosas secretas. Relativos a fenómenos naturales.- la primavera, la siembra, la cosecha, las tempestades. Exorcismo.- Para alejar a los malos espíritus. De consagración.- de personas (reyes, sacerdotes) o de lugares (templos). De conmemoración.- en recuerdo de acontecimientos, instituciones, hechos fundamentales. De acción de gracias.- por las cosechas, por salir de una enfermedad grave, por haber sido salvado de un peligro. De expiación.- para pedir el perdón divino. En algunas religiones los rituales pueden llevarlos a cabo cualquier creyente, mientras que en otra se necesita la mediación de una persona o institución especial:

*El Oficiante*.- ésta es la diferencia que existe entre las religiones individualista como por ejemplo, la religión de los esquimales, las religiones comunitarias, y eclesiásticas, como la cristiana o islámica que presuponen la tarea de un sacerdote o mediador

Pero (<http://mundomagia.foroes.net/t25-clases-de-ritos>), presenta tres grupos de ritos en nuestra tradición. Los de tránsito.- que son los que marcan puntos

importantes en la vida de una persona, la mayoría de ellos revestidos de una intensa importancia social, por ejemplo, la boda, la iniciación, la imposición de nombre. Los ritos de culto.- son los orientados hacia las celebraciones puramente religiosas dentro de una tradición. Los ritos de Trabajo.- son los que se ejecutan con la finalidad de obtener resultados prácticos concretos, abarcan una amplia gama de finalidades, desde el desarrollo personal a la obtención de bienes materiales o la sanación de personas, animales o plantas.

### 2.5.3 Desarrollo de rituales en la cosmovisión indígena

En (<http://mundomagia.foroes.net>) menciona “La cosmovisión es el concepto o interpretación que una cultura tiene acerca del mundo que lo rodea, en el caso andino esta tiene rasgos particulares en materia de tiempo y espacio”. De manera que en el mundo andino el tiempo era concebido de manera cíclica, en una sucesión constante de períodos de caos (desorden) y de cosmos (orden) del mundo. El espacio andino era concebido en dos niveles diferentes; Horizontal y Vertical. En el plano Horizontal, los incas veían el mundo de manera dual, HANAN Y HURIN (arriba y abajo). Estas dos mitades eran divididas a su vez, en otra dos, dando origen a la cuatripartición. Esta división era entendida como complementariedad, oposición y reciprocidad. Mientras que a nivel vertical, el espacio estaba dividido en tres planos:

1.-Hanan Pacha (mundo arriba, celestial o supraterráneo).- era mundo celestial solo las personas justas podían entrar en ella, cruzando un puente hecho de pelo. Donde habitan los dioses como Viracocha o Wiracocha, Inti, Mama Quilla, Pachacamac, Mama cocha, etc.

2.-Kay Pacha.- (mundo del presente y de aquí), es el nombre del mundo terrenal, donde habitan los seres humanos y pasan sus vidas

3.- Uku Pacha.- (mundo de abajo o mundo de los muertos), en la mitología andina, de los niños no nacidos y todos los que estaban debajo de la superficie de la tierra o del mar.

Las fuentes, cuevas u otras de las aberturas de la superficie terrestre eran consideradas líneas de comunicación entre el Uku Pacha y el Kay Pacha. El término PACHA, puede significar a la vez tiempo y espacio (mundo, tierra).

Datos de (<http://www.slideshare.net>), ilustra que, en la cosmovisión indígena, que sobrevive en la mente campesina y en la población urbano periférica de toda América latina, hay un dios que se creó así mismo (los materialistas lo llaman materia), y luego fue creando el universo con todo su contenido, después de crear las condiciones adecuadas creó al ser humano mujer y hombre. Esta cosmovisión, que no se contradice con la versión científica se traduce en considerar que si Dios es el padre de la creación y nosotros las últimas criaturas, todos los seres creados antes que nosotros son nuestros hermanos mayores. Los Indígenas por eso protegen y cuidan de la naturaleza y le rinden un RITUAL, que se traduce en “Sostenibilidad”

Actualmente solo los territorios administrados por los pueblos indígenas gozan de un alto grado de conservación de sus recursos naturales, gracias a su espiritualidad, derivada de su cosmovisión, que considera a la humanidad y a la naturaleza como un todo y a la espiritualidad traducida en RITUALES, les obliga a utilizar sus recursos, sin venderlos como materia primas y transformándolos en bienes de consumo, tanto para la subsistencia como para el mercado. El desarrollo endógeno es la expresión máxima de su forma de vida

Los pueblos indígenas han sido los que de una u otra forma han mantenido vivos los rituales, todos encaminados con respeto y espiritualidad a la tierra, sol, agua, luna, estaciones, comportamientos climáticos, entre otras, todo lo relacionan con la agricultura fuente de vida, como parte de un todo.

#### 2.5.4 Objetivos de los rituales

Los seres humanos siempre han querido encontrar la forma de hablar, con el lenguaje adecuado, con lo divino, o a lo que consideren superior, de acuerdo a sus creencias religiosas, culturales, espirituales de cada conglomerado humano. Por tal motivo la misma necesidad el humano ha creado los rituales, de forma que se

sientan satisfechos practicándolos con perseverancia hasta que estos se conviertan en hábitos o costumbres, pero no puede faltar el ingrediente principal que es la “FE” sin olvidar de los distintos elementos adicionales que pongan para cada ritual o evento ceremonioso

La “Cosmovisión Indígena”, del Ecuador y América latina, es sustentar bases teóricas en el estudio, mismo que tiene íntima relación con las tradiciones culturales de la parroquia, de manera que los argumentos teóricos se fundamenten con facilidad en la consecución del Centro Cultural.

## 2.6 CEREMONIAS

### 2.6.1 Concepto de ceremonias

Para María Moliner (1990), es: “Acto público o privado, celebrado con solemnidad y según ciertas normas establecidas”

Según el Diccionario Universal (1998), es “Acción o acto exterior arreglado por ley, estatuto o costumbre, para dar culto a las cosas divinas o reverencia y honor a las profanas”

En (<http://es.wikipedia.org/wiki/ceremonia>) conceptualiza, “Viene del latín Caere (condición / nombre de antigua ciudad etrusca) y Monia / Munus (estado del ser / espectáculo público); Proviene del bajo latín Ceremonia y del latín clásico Caeremonia: rito religioso, veneración o reverencia. En sentido más básico es un ritual”

Ceremonia “Es un acto público o privado celebrado con solemnidad, según ciertas normas establecidas, por ley, estatuto o costumbre para dar culto a las cosas divinas o reverencia y honor a las profanas.

### 2.6.2 Clases de ceremonias

Entre las ceremonias (<http://es.wikipedia.org/wiki/ceremonia>), los clasifican en dos grandes grupos:

*Ceremonias Católicas.*- El bautismo, la boda, las exequias, penitencia, confesión, la comunión, como principales y

*Ceremonias protestantes.*- Religión y canto, el bautismo, los ayunos, imposición de las manos, las exequias, oración, entre las más relevantes

María Moliner (1990), sostiene las clases y menciona: Aniversario, Apertura, Bautizo, Bendición, Besamanos, Boda, Celebración, Certamen, Cobertura, Colocación de la primera piedra, Clausura, Primera Comunión, Conmemoración, Consagración, Coronación, Despedida, Entierro, Exequias, Fiesta, Funeral, Inauguración, Ingreso en la Academia, Juegos florales, Lavatorio, Ordenación, Parentación, Petición de mano, Procesión, Reparto de premios, Reunión, Sesión, Sesión Solemne, Solemnidad, Toma de hábito, Toma de posesión, Tonsura, Velada

### 2.6.3 Ceremonias en la cosmovisión indígena

La (<http://es.wikipedia.org/wiki/mitología/inca>) documenta “La andina prehispánica era animista, perfilaba a los astros y a los grandes hechos y fenómenos geográficos como deidades en sí mismas. El único Dios en sentido pleno de la palabra fue Wiracocha (el Dios creador), otras deidades importantes era el sol (Inti), la luna (Mama Quilla) protectora de las mujeres, la tierra (Pacha Mama) de la fertilidad agrícola y el rayo (Illapa) trinidad del rayo, trueno y relámpago (Dios de batalla)”

La cosmovisión indígena ha focalizado su desarrollo a través del calendario agrícola, celebrando rituales ceremoniosamente por ejemplo: El 23 de junio en cada año, los pueblos indígenas de América rinden culto a los dioses cósmicos, Al Inti yaya (el Dios sol), la Pacha Mama (la madre tierra), la Killa Mama (la luna), Urcus (los cerros y montes) y otros fenómenos agradeciendo por las ricas cosechas, convocan a su gente, niños, jóvenes y adultos a la Ceremonia Sagrada

El baño ritual de purificación en los lagos, los ríos, cascadas, puyos (vertientes), para cargar de energía y fortaleza; con la bendición del Yachac Taita, Ofrendas en

agradecimiento al Inti Yaya; La danza del Inti Raymi (fiesta del sol), lo realizan en el solsticio de verano, y es considerada un rito Ceremonia ancestral y un compromiso social, menciona vulcanosweb.de; Para estas fechas se guardan los Bautizos, Matrimonios, estratégicamente la iglesia católica construyó sus templos en los cementerios ceremoniales de los Incas, para eliminar las ceremonias paganas, luego de los baños rituales que es para aguantar el baile ceremonioso y si hay peleas estas son parte de las ceremonias para devolver la sangre a la pacha mama; Preparan chicha ceremoniosamente, al igual que toda la gastronomía lo hacen a base del maíz el producto sagrado. Luego de celebrar al Inti Raymi que lo hacen los hombre, viene el Cuya Raymi (la conmemoración de la semilla) data en Baño del Inca, (<http://www.soitu.es/soitu>), la cual festejan solo las mujeres es la relación de vida entre el Inti y la Pacha Mama, las otra fiestas mayores de los indígenas son el “Pauca Raymi” el 21 de marzo, y el “Capac Raymi” el 21 de diciembre que marcan diferentes etapas del ciclo solar y de la fertilidad de la tierra. A estas fiestas mayores se incluyen, Corazas, Pendoneros, Ñawi Mayllai (lavado de cara), rama de gallos, las más relevantes.

#### 2.6.4 Objetivos de las ceremonias

Los seres humanos siempre han querido encontrar la forma de hablar, con el lenguaje adecuado, con lo divino, o a lo que consideren superior, de acuerdo a sus creencias religiosas, culturales, espirituales de cada conglomerado humano. Por tal motivo la misma necesidad el humano ha creado los rituales y lo practica a través de las Ceremonias, de forma que se sienten satisfechos practicándolos con perseverancia hasta que estos se conviertan en hábitos o costumbres, pero no puede faltar el ingrediente principal que es la “FE” sin olvidarnos de los distintos elementos adicionales que pongan para cada ritual o evento “ceremonioso”

El objetivo de documentar conceptos y clases de ceremonias, tanto en el mundo católico, protestante, atea, (clasificados por religión) y por el modo de ver al mundo; “Cosmovisión Indígena”, del Ecuador y América latina, es sustentar bases teóricas en el estudio, mismo que tiene íntima relación con las tradiciones culturales de la parroquia

## 2.7 MARCO JURÍDICO

### 2.7.1 Definición del marco jurídico

Una definición recopilada en (<http://www.danaconnect.com>), dice “El marco legal proporciona las bases sobre las cuales construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. El marco legal regularmente se encuentra en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí”.

Otra concepción que encontramos en (<http://www.phtz.com/bufete-juridico/asesoramiento-empresarial/marco-juridico>), “Entendemos por Marco Jurídico el conjunto de compromisos, derechos y obligaciones contraídos con nuestros socios, proveedores, clientes, personal, etc.”

(<http://www.definicion.org/marco-juridico>), da una tercera definición, “Conjunto de disposiciones, leyes reglamentos y acuerdos a lo que debe apegarse una dependencia o entidad, en el ejercicio de sus funciones que tienen encomendadas”

Se define como “el conjunto de derechos y obligaciones; disposiciones, leyes, reglamentos y acuerdos a los que debe apegarse una dependencia, entidad, empresa u organización en el ejercicio de sus funciones”.

### 2.7.2 Aspectos importantes para la consecución de un centro cultural

Gabriel Baca Urbina (2010), menciona “no hay que olvidar que un proyecto por muy rentable que sea antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes”. Se menciona aspectos relacionados con la empresa y se señala como repercute un conocimiento profundo del marco legal en el mejor aprovechamiento de los recursos con que ella cuenta

a) Mercado.- 1.- Legislación sobre los precios que deben obtenerse, la forma de presentación del producto, sobre todo en el caso de los alimentos; 2.- Elaboración y funcionamiento de los contratos con proveedores y clientes; 3.- Permisos de vialidad y sanitarios para el transporte del producto

b) Localización.- 1.- Estudio de posesión y vigencia de los títulos bienes raíces; 2.- Litigios prohibiciones, contaminación ambiental, uso intensivo de agua en determinadas zonas; 3.- Apoyos fiscales por medio de exención de impuestos a cambio de ubicarse en determinada zona; 4.- Gastos notariales, transferencias, inscripciones en el registro público de la propiedad y el comercio; 5.- Determinación de los honorarios de los especialistas o profesionales que efectúan todos los trámites necesarios

c) Estudio técnico.- 1.- Transferencia de tecnología; 2.- Compra de marcas y patentes, pago de regalías; 3.- Aranceles y permisos necesarios en caso de que se importen alguna maquinaria o materia prima; 4.- Leyes contractuales en caso de que se requiera servicio externos

d) Administración y organización.- 1.- Leyes que regulan la contratación del personal sindicalizado y de confianza. Pago de utilidades al final del ejercicio; 2.- Prestaciones sociales a los trabajadores: Vacaciones, incentivos, seguridad social, ayuda a la vivienda, etc.; 3.- Leyes sobre seguridad industrial mínima y obligaciones patronales y en caso de accidentes de trabajo

e) Aspectos financieros y contables.- 1.- La ley sobre impuesto sobre la renta rige lo concerniente a: tratamiento fiscal sobre depreciación y amortización, método fiscal para la valuación de inventarios, pérdidas o ganancias de operación, cuentas incobrables, impuestos por pagar, ganancias retenidas, gastos que pueden deducirse de impuestos y los que no están sujetos a esta política, etc.; 2.- Si la empresa adquiere un préstamo de alguna institución crediticia, hay que conocer las leyes bancarias y de las instituciones de crédito, así como las obligaciones contractuales que de ello se deriven

Estos y algunos otros aspectos legales son importantes tanto para su conocimiento como para su buen manejo, con el fin de que la empresa aplique óptimamente sus recursos y alcance las metas que se ha fijado.

### 2.7.3 Opciones legales para la conformación del centro cultural

Dentro de este marco jurídico queremos resaltar lo que manifiesta la Constitución (2008) en el Art. 283.- “El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objeto garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la constitución determine”. Con este gran argumento se detalla las opciones legales a las que podría apegarse el proyecto

Según la Ley de Compañías (2008) en el Ecuador tenemos:

De la Compañía en Nombre Colectivo.- Se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una, Razón Social que es la fórmula enunciativa de los nombres de los socios o de alguno de ellos, con la agregación de las palabras “y compañía”. Es aquella en que todos los socios administran por sí o por mandatario elegido de común acuerdo, en la cual todos los socios responden solidaria e ilimitadamente por las operaciones sociales. El contrato de la compañía en nombre colectivo se celebrará por escritura pública por un juez de lo Civil.

El funcionamiento o procedimiento se realizará de acuerdo al reglamento de la Ley de Compañías. Solo podrán conformar personas naturales o jurídicas privadas

De la Compañía en Comandita Simple.- La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otros u otros, simples suministradores de fondos llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes. La razón social será, necesariamente el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agrega siempre las palabras “compañía en comandita”, escrita con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse. El comanditario que tolerare la inclusión de su nombre en la razón social, quedará solidaria e ilimitadamente responsable de las

obligaciones contraídas por la compañía. El funcionamiento o procedimiento se realizará de acuerdo al reglamento de la Ley de Compañías. Solo podrán conformar personas naturales o jurídicas privadas

De la Compañía de Responsabilidad Limitada.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae de dos o más personas, hasta un máximo de 25, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. Si se utiliza una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc. No será de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. El funcionamiento o procedimiento se realizará de acuerdo al reglamento de la Ley de Compañías. Solo podrán conformar personas naturales o jurídicas privadas

De la Compañía Anónima.- Es una sociedad cuyo Capital dividido en acciones negociables, está formado por las aportaciones de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones, Este tipo de sociedad tiene una denominación que se acompaña con las palabras “Sociedad Anónima” o de la particular “S.A” Este tipo de sociedad no puede inscribirse ni funcionar sin un mínimo de 5 accionistas;-Capital Social. - El capital de la misma se divide en títulos de igual valor negociables. El capital se puede discriminar en la siguiente forma: Capital autorizado.- Es la cifra máxima a la cual pueden aspirar a llegar los asociados, este valor debe estar estipulado en la escritura pública de constitución y determinar el monto hasta el cual la sociedad puede emitir acciones, Las acciones que dentro del límite de capital autorizado no se haya colocado será acciones en reserva que podrán ser emitidas posteriormente. Capital suscrito.- Es la porción de capital autorizado que los accionistas a través de un contrato de suscripción se han obligado a pagar; y Capital Pagado.- Es la parte del capital suscrito que efectivamente han sido cubierto por los accionistas. Al momento de registrar la sociedad no deberá haber menos de 50% de capital autorizado y deberá pagarse

por lo menos la tercera parte del valor de cada una de las acciones, debiendo inscribirse en el Registro, el capital suscrito y el capital pagado. El capital de las sociedades anónimas se conformará de acciones las cuales son *nominativas o al portador*, siendo del primer tipo cuando no se han pagado totalmente. Los derechos que dan las acciones son:

-Participar en las deliberaciones de la asamblea general de accionistas con voz y voto; -Recibir la parte proporcional del beneficio social establecido por los balances de fin de ejercicio; -Negociar libremente las acciones, excepto cuando se estipule en derecho de preferencia de los demás socios; -Inspeccionar los libros de registro de la sociedad dentro de los 15 días hábiles anteriores a la asamblea general de accionistas; -Recibir una parte proporcional de los activos de la sociedad al momento de ser liquidada esta, una vez sea pagado el pasivo de la misma

Las acciones también se pueden clasificar en: *Ordinarias*.- confiere al titular de las mismas los derechos contemplados para los propietarios comunes de las acciones; *Las Privilegiadas*.- otorgan además estos derechos, Derecho preferencial de reembolso, hasta su valor nominal en caso de liquidación de la sociedad; Derecho de acumulación de las utilidades que reciba al final del período, hasta por un período no mayor a 5 años.

De la Conformación de Economía Mixta.- El Estado las Municipalidades, los Concejos Provinciales, las entidades u organismos del sector público, podrán participar conjuntamente con el capital privado, en el capital y la gestión social de esta compañía. Dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; A la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos. Estas entidades, podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, así como también mediante la concesión de prestación de un servicio público por un período determinado

Las Normas Supletorias.- Son aplicables a esta compañía, las disposiciones relativas a la compañía anónima en cuanto no fuere contrarias a las contenidas en esta sección. Los estatutos establecerá la forma de integrar el directorio, en el que deberán estar representados necesariamente tanto los accionistas del sector público como los del sector privado en proporción al capital aportado por uno y otro. Cuando la aportación del sector público excede del 50% del capital de la compañía, uno de los directores de este sector será presidente del directorio

Asimismo en los estatutos, si el Estado o las entidades u organismos del sector público, que participe en la compañía así lo plantearan, se determinaran los requisitos y condiciones especiales que resultaren adecuados, respecto a la transferencia de las acciones y a la participación en el aumento de capital de la compañía.

La Ley de compañías menciona los Derechos.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía especialmente en cuanto a la administración como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se oponga a las disposiciones legales no obstante cualquier estipulación contractual los socios tendrán los siguientes derechos:

-A no ser obligados al aumento de su participación social. Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa

Funciones del Directorio y Gerente.- Las funciones del directorio y el gerente serán las determinadas por esta ley para los directorios y gerentes de las compañías anónimas

Distribución de utilidades.- Al formarse la compañía se expresará claramente la forma de distribución de utilidades entre el capital privado y el capital público

Exoneraciones tributarias.- Las escrituras de constitución de las compañías de economía mixta, las de transformación, de reforma y modificaciones de estatutos así como los correspondientes registros, se hallarán exoneradas de toda clase de

impuestos y derechos fiscales, municipales o especiales. También se exonera de toda clase de impuestos Municipales y adicionales a los actos y contratos, y sus correspondientes registros, que efectúen las compañías de economía mixta en la parte que les corresponderá pagar a éstas. El Ministerio de Economía y Finanzas, podrá exonerar temporalmente de impuestos y contribuciones a las compañías de economía mixta, para proporcionar su establecimiento y desarrollo, con excepción de los establecidos en la ley de régimen tributario interno

Transferencia del aporte del Estado. Expropiación del capital privado.- En esta clase de compañías el capital privado podrá adquirir el aporte del Estado pagando su valor en efectivo, previa la valorización respectiva y procediendo como en los casos de fusión de compañías y el Estado accederá a la cesión de dicho aporte. Transferido el aporte a los accionistas privados, la compañía seguirá funcionando como si fuese una compañía anónima, sin exoneraciones y beneficios que esta ley concede a las compañías de economía mixta. En la organización de los directorios cesará la participación del Estado. El Estado por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado de una compañía de economía mixta, pagando íntegramente su valor en dinero y al contado, valor que se determinará previo balance, como para el caso de fusión

Transformación en entidad administrativa.- Si la compañía de economía mixta se formare para la prestación de nuevos servicios públicos o de servicios ya establecidos, vencido el término de su duración, el Estado podrá tomar a su cargo todas las acciones en poder de los particulares, transformando la compañía de economía mixta en una entidad administrativa para el servicio de utilidad pública para el que fue constituida.

De las Compañías Extranjeras.- Para que una compañía extranjera constituida en el extranjero pueda ejercer habitualmente sus actividades en el Ecuador, deberá demostrar su legalidad, de conformación de la sociedad en su país de origen, de acuerdo a la Ley de compañías y demostrar su residencia de quien sea representante legal de ser también extranjero, Debe demostrar un capital asignado como mínimo de 2000 dólares americanos; Y deberán sujetarse a las leyes ecuatorianas en cuanto los negocios o comercializaciones afecten dentro del país

De La Economía Popular y solidaria.- la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011) menciona, “Para efectos de la presente ley, integran la economía popular y solidaria las organizaciones conformadas en los sectores comunitarios, asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares; Las organizaciones de economía popular y solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo al cumplimiento de los requisitos que contemplará el reglamento de la presente ley. La personalidad jurídica se otorga mediante acto administrativo del superintendente que se inscribirá en el registro público respectivo

Capital de Riesgo y Organizaciones Mixtas.- El Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados participaran en la formación de capitales de riesgo y de organizaciones mixtas de economía popular y solidaria a través de mecanismos legales y financieros idóneos. El carácter temporal de las inversiones efectuadas por el Estado deberá ser previamente acordada, tanto en tiempo cuanto en forma; privilegiando los procesos de desinversión del Estado en organizaciones donde es o será miembro, asociado o socio en forma parcial a favor de la y las comunidades en cuyos territorios tales emprendimientos se desarrollen dentro de las condiciones y plazos establecidos en cada proyecto. Las organizaciones sujetas a esta ley, fijarán sus propios mecanismos de control interno, incluyendo la solución de conflictos internos de acuerdo a lo que se establezca en el estatuto inicial; pudiendo recurrir al uso de métodos alternativos de solución de controversias.

## 2.8 ESTUDIO DE MERCADO

### 2.8.1 Concepto de estudio de mercado

Según Gabriel Baca Urbina (2010), “Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”

Para Juan José Miranda Miranda (2005), “El estudio de mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas que condicionan el proyecto, aún siendo aparentemente ajenas a estas”

La (<http://www.estudiodelmercado.blogspot.com>), define al Estudio de mercado como; “Este estudio trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico”

Estudio de mercado.- se refiere al estudio de la oferta y demanda de bienes o servicios del proyecto en estudio. Se trata de determinar la cantidad del producto que va a ser demandado, determinar cuánto se debe producir, a qué precio, especificando las características del producto o servicio y tomando en cuenta los problemas de comercialización, materias primas, etc.

## 2.8.2 Importancia del estudio de mercado

El estudio de Mercado es de vital importancia para determinar la oferta y la demanda de nuestro producto (servicio), el precio, la comercialización, aliados, oponentes, competencia de ser el caso, lo más importante se determina las condiciones del mercado al que llegará el servicio, de forma que se le ayude e ilustre al inversionista a tomar las decisiones más viables, favorables y en beneficio del proyecto en común

## 2.8.3 Oferta

### 2.8.3.1 Definición de oferta

Gabriel Baca Urbina (2010) define, “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”

Juan José Miranda M (2005), menciona que “el estudio de la oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y se atenderán en el futuro, las demandas o necesidades de la comunidad”

José y Washington Robles (2000), manifiestan “Es la cantidad de bienes y servicios que son ofrecidos en el mercado a un precio determinado. La oferta está representada por los (empresarios y comerciantes)”

Deduciendo la oferta es “la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento.”

### **2.8.3.2 Análisis de la oferta**

Para Baca Urbina (2010, pág. 41-42), “el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio”. La oferta al igual que la demanda está en función de una serie de factores como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolla el proyecto

*Principales tipos de Oferta.-* Con propósitos de análisis se hacen la siguiente clasificación de la oferta. En relación con el número de oferentes se reconoce tres tipos:

- a) *Oferta competitiva o de mercado libre.-* en ellas los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor
- b) *Oferta Oligopólica.-* Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores
- c) *Oferta Monopólica.-* es la que existe un solo productor del bien o servicio y por tal motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad.

Un monopolista no es necesariamente un productor único. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad

*Cómo analizar la oferta.*- Aquí también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta

En esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda esto es, hay que recabar datos de fuentes primarias y secundarias. Respecto a las fuentes secundarias externas, se tendrá que realizar un ajuste de puntos, con algunas de las técnicas descritas para proyectar la oferta. Sin embargo, habrá datos muy importantes que no aparecerán en las fuentes secundarias y por tanto, será necesario realizar encuestas entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están: Número de productores; Localización; Capacidad instalada y utilizada; Calidad y precio de los productos; Planes de expansión; Inversión fija y número de trabajadores

Proyección de la Oferta.- Al igual que en la demanda aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que de cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomará aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno

### **2.8.3.3 Elasticidades de la oferta**

La página (<http://usuarios.multimania.es/economiasil/Cap2.htm>), menciona que “muestra el cambio porcentual en la cantidad ofrecida que resulta de un cambio porcentual en el precio. Se calcula desarrollando la siguiente fórmula:

$$E = \frac{\%Q}{\%P}$$

Las Elasticidades que la oferta puede experimentar en función del precio son:

Oferta Perfectamente Elástica.- En este caso un pequeño cambio en el precio produce un cambio infinitamente grande en la cantidad ofrecida

Oferta Relativamente Elástica.- Es relativamente elástica cuando un cambio porcentual en el precio se traduce en un cambio porcentual mayor en la cantidad ofrecida

Oferta de Elasticidad Unitaria.- Se produce cuando un cambio porcentual en el precio original, produce el mismo cambio porcentual en la cantidad ofrecida

Oferta Relativamente Inelástica.-<sup>Ibis</sup> Se presenta cuando un cambio porcentual en el precio produce un cambio porcentual menor a la cantidad ofrecida

Oferta Inelástica.- Cuando un cambio porcentual en el precio no origina cambio alguno en la cantidad ofrecida

#### **2.8.3.4 Desplazamiento de la oferta**

La ley de la Oferta para ilustración del estudiante lector/a.- La cantidad ofrecida de un bien varía directamente con su precio es decir, a mayores precios mayores cantidades ofrecidas, a menores precios menores cantidades ofrecidas; en otros términos es directamente proporcional la oferta con los precios

\*Cambio de la Cantidad Ofrecida.- Son los movimientos a lo largo de una curva de oferta dada, generados por la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio

\*Cambio en la Oferta.- Son las variaciones de las cantidades ofrecidas resultantes no de cambio en los precios sino de alteraciones en otros factores como son: *El precio de otros bienes*

\*El Cambio en la Tecnología.- el cambio en la técnica de producción puede ampliar una disminución en los costos lo cual incentivará la producción

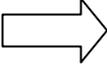
\*Las Expectativas de los Productores.- Los productores toman las decisiones en función de lo que esperan que va a pasar con la economía del futuro

\*El precio de los Factores Productivos.- Cuando aumenta el precio de los factores productivos e incrementan los costos de producción

\*Un aumento en la oferta significa que a un mismo precio los vendedores estarán dispuestos a ofrecer una mayor cantidad del bien en cuestión

\*Una disminución en la oferta se representa por un desplazamiento a la izquierda de la curva de oferta, entonces a un precio dado los vendedores estarán dispuestos a vender una menor cantidad que antes

Significa analizar los cambios que se registran en el mercado la Oferta, por consiguiente los precios de los bienes varían, porque cambian las cantidades de la (Oferta)

$O = f(\text{Precios})$  Antes;       $\text{Precios} = f(O)$  hoy  Desplazamiento

Al hablar de desplazamiento significa que habrá 2 movimientos

## 2.8.4 Demanda

### 2.8.4.1 Definición de la demanda

Gabriel Baca U (2010), define a la demanda, “La cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”

José y Washington Robles (2000), ilustran “Es la cantidad de bienes y servicios que se compran en el mercado a un determinado precio. La demanda está representada por los compradores o consumidores”

Para el Profesor Miranda (2005), “La demanda es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio”

Se define a la demanda, “Es la cantidad de bienes que pueden ser consumidos en el mercado por los compradores, estos están en función directa a la capacidad de compra, y el nivel de ingresos económicos de las familias consumidoras”

#### 2.8.4.2 Análisis de la demanda

Gabriel Baca Urbina (2010, Pág. 15-17), ayuda a realizar el análisis de la demanda, el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda, es medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o un servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores como son:

La necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información provenientes de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc. Para determinar la demanda se emplean herramientas de investigación de mercado, a la que se hace preferencia en otras partes (básicamente investigación estadística e investigación de campo)

Se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere y se puede expresar como:

$$\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{Producto Nacional} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

Cuando existe información estadística resulta fácil conocer cuál es el monto y el comportamiento histórico de la demanda, y aquí la investigación de campo servirá para formar un criterio en relación con los factores cualitativos de la demanda, esto es, conocer un poco más a fondo cuales son las preferencias y los gustos del consumidor. Cuando no existen estadísticas, lo cual es frecuente en muchos productos, la investigación de campo queda como el único recurso para la obtención de datos y cuantificación de la demanda. Para los efectos del análisis, existen varios tipos de Demanda, que se puede clasificar como sigue:

En relación con su oportunidad existen dos tipos:

a) *Demanda Insatisfecha*.- Es la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado

b) *Demanda Satisfecha*.- Es la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere. Se puede conocer dos tipos de demanda satisfecha:

\**Satisfecha Saturada*.- La que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real

\**Satisfecha no Saturada*.- Es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas; Mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad

En relación con su Necesidad, se encuentra dos tipos:

a) *Demanda de bienes social y nacionalmente Necesarios*.- que son los que requiere la sociedad para su desarrollo y crecimiento, y se relacionan con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros

b) *Demanda de bienes no Necesarios o de gusto*.- que es prácticamente llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de ese tipo. En ese caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad

En relación con su Temporalidad, se reconoce dos tipos:

a) *Demanda continua*.- Es la que permanece largos períodos, normalmente en crecimiento como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población

b) *Demanda Cíclica o estacional*.- es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regalo en época navideña, paraguas en época de lluvia, enfriadores de aire en épocas de calor, etc.

De acuerdo a su destino, se reconoce dos tipos:

a) *Demanda de bienes finales*.- que son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso y aprovechamiento

b) *Demanda de bienes intermedios o industriales*.- que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final

Si el estudio de un proyecto busca conocer la demanda por Obsolescencia, o por capacidad insuficiente para sustituir una maquinaria el término demanda cambia en su concepto. Demanda aquí son las necesidades o requerimientos de producción de la maquinaria bajo estudio, expresadas como producción por unidad de tiempo y solo servirán para ese cálculo los datos de demanda interna, sin afectar en lo más mínimo los datos en el ámbito nacional

#### **2.8.4.3 Elasticidades de la demanda**

La cantidad que el público demanda de un bien depende de muchos factores. En primer lugar depende el precio del bien, pero también se ve afectado por el precio de otros bienes, el nivel de ingreso, cambios en los gustos y preferencias de los consumidores el tamaño y la característica de la población. Para ampliar el análisis (<http://usuarios.multimania.es/economiasil/Cap2.htm>), presenta las clases de elasticidades de la Demanda

#### Elasticidad del Precio de la Demanda

La elasticidad del precio de la demanda mide cuánto vale la cantidad demandada frente a un cambio de precio del mismo bien, ambos cambios se pueden expresar en porcentaje.

$$E_p = \frac{\%Qd}{\%P}$$

#### Tipos de Elasticidad de precio

*Demanda Inelástica*.- Cuando frente a una variación de precio la cantidad demandada varía menos que el precio, equivale decir que cuando la fórmula de la elasticidad precio da entre 0 y 1.

$$\frac{20\%}{40\%} = 0,5$$

*Demanda Elástica.*- cuando frente a una variación de precio la cantidad demandada cambia más que el precio, equivale decir que el resultado de la fórmula es mayor que 1. Lo que indica que la cantidad requerida se ve profundamente afectada por una variación de precio

$$\frac{30\%}{20\%} = 1,5$$

*Demanda Unitaria.*- Frente a una variación de precio el cambio porcentual de la cantidad demandada resultante, sea igual al cambio porcentual que se dio en el precio, el resultado de la fórmula es igual a 1

$$\frac{20\%}{20\%} = 1$$

¿Qué hace que la demanda sea elástica o inelástica?

*La posibilidad de sustitución.*- Cualquier bien cuyo consumo sea más o menos fijo y no se vea tan afectado por el precio tiene una demanda inelástica

*La proporción del ingreso gastado en un bien.*- por lo general cuando mayor sea la proporción del ingreso que se gasta en un bien mayor es la elasticidad de la demanda de este bien, ello se debe a que normalmente los consumidores reaccionan más frente a una variación de precio, si se trata de un producto que pesa mucho en la canasta de consumo pero no le dará mucha importancia lo que gasta en ese producto si es relativamente muy poco

Arroz      2.50    %60    = 4.00

Camisa     30.00   % 60   = 48.00

*Tiempo.*- La elasticidad de la demanda depende también de la cantidad del tiempo que transcurre desde el cambio de precio

En el corto tiempo **inelástico**

En el largo tiempo **elástico**

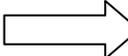
#### Otras elasticidades

*Elasticidad Ingreso.*- La elasticidad ingreso de un bien, donde la variación porcentual de la cantidad demandada. Ante un cambio porcentual en el ingreso de las familias

*Elasticidad Cruzada de la Demanda.*- mide la variación porcentual de la cantidad demandada, ante un cambio porcentual en el precio de otro bien

#### **2.8.4.4 Desplazamientos de la demanda**

Significa analizar los cambios que se registran en el mercado en relación a la demanda, por consiguiente los precios de los bienes varían porque cambian las cantidades de la Demanda (D)

$D = f(\text{precios})$  Antes;       $\text{Precios} = f(D)$  hoy       Desplazamiento

Con lo antes mencionado es justo mencionar los factores determinantes:

#### Factores determinantes de la demanda del mercado

El Lic. Gabriel Leandro en (<http://www.auladeeconomia.com/microap-materialI3.htm>), menciona que, la demanda de un bien o un servicio depende de diversos factores a demás de su precio. Los más importantes:

*El precio de otros bienes.*- La cantidad de un bien que los consumidores planean comprar depende también del precio de otros bienes. Su efecto varía si estos son: Sustitutos o complementarios del bien original

*Sustituto.*- Es un bien que se puede utilizar en lugar de otro

*Complementario.*- Es un bien utilizado junto con otro

*Ingresos.*- si el nivel de ingresos de las personas aumenta, estas normalmente demandarán más bienes. A los bienes cuya demanda crece al aumentar el nivel de

ingresos se les conoce como *bienes normales*. En el caso de bienes normales, un aumento en el ingreso hace que la curva se desplace hacia la derecha, pues para cada precio ahora se demanda mayor cantidad. *Bienes Inferiores*. Un aumento en el ingreso hace que la curva de demanda se desplace hacia la izquierda pues para cada precio ahora se demanda menor cantidad

*Gustos*.- La demanda depende fuertemente de los gustos, preferencias y actitudes de los consumidores. Si se producen cambios en los gustos, ellos también afectarán la curva de la demanda

*Población*.- La demanda de mercado también depende del tamaño de la población y de sus características. Más población mayor cantidad de demanda y viceversa

#### **2.8.4.5 Análisis de los Precios**

Gabriel Baca (2010), menciona al precio “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio”

Juan J Miranda (2005) analiza, el precio existe “siempre que se suceda un cambio de los derechos de propiedad o siempre que se suministre un servicio, habrá un precio”

Conceptualizando “el precio es el valor monetario o simbólico que se le coloca a un bien o servicio para la transacción”

Por tal razón se analiza cómo determinar los precios del proyecto; De ser un bien se calcula, la secuencia de operaciones de una maquinaria con el prorrateo de la mano de obra que consume la máquina, combustible, energía eléctrica y mantenimiento, sobre la producción de la máquina para obtener el costo por pieza, procurando optimizar el tiempo para abaratar costos por ende el precio, (a esto se le agregará un porcentaje económico para los diferentes tipos de mercados)

*Tipos de precios*.- Los precios se tipifican como:

*Internacional*.- es el que se usa para artículos de importación –Exportación, normalmente está cotizado en dólares estadounidenses y FOB (libre a bordo) de un país de origen; *Regional externo*.- Es el precio vigente solo en parte del continente para acuerdos de intercambio económico en esos países y si salen de ellos cambia de precio; *Regional Interno*.- Es el precio vigente en solo una parte del país y si sale de ella el precio cambia; *Local*.- Precio vigente en una población pequeña y cercanas, fuera de esa localidad el precio cambia; *Nacional*.- Es el precio vigente en todo el país y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados

Conocer el precio es importante porque es la base para calcular los ingresos futuros y hay que distinguir de qué tipo de precio se trata y cómo se ve afectado al cambiar las condiciones en que se encuentra, principalmente el sitio de venta.

Gabriel Baca Urbina (2010, Pág. 46-48) dice, *Cómo determinar el Precio*

En cualquier tipo de producto, así sea de exportación hay diferentes calidades y distintos precios. El precio también está influido por la cantidad que se compre, para tener una base de cálculo de ingresos futuros es conveniente utilizar el precio promedio; Para determinar el precio de venta se sigue una serie de consideraciones que mencionamos a continuación:

\*La base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, mas una ganancia. Este porcentaje de ganancia adicional es el que conlleva una serie de consideraciones estratégicas

\*La segunda consideración es la demanda potencial del producto y las consideraciones económicas del país. Las condiciones económicas de un país influyen en la manera definitiva en la fijación de precio de venta

\*El comportamiento del revendedor es otro factor muy importante en la fijación de precio. Si la cadena de intermediarios es muy larga podría duplicarse el precio

\*La estrategia de mercado es una de las consideraciones más importantes en la fijación de precios, precio de introducción al mercado

\*El control de precios que el gobierno puede imponer sobre los productos de la canasta básica. Si nuestro producto no es de la canasta básica entonces no estará sujeta a un control de precios

### *Proyección del precio del producto*

Es indispensable conocer el precio del producto en el mercado, no por el simple hecho de saberlo, sino que será la base para calcular los ingresos probables en varios años. Por tanto el precio que se proyecte no será el que se use en el estado de resultados ya que eso implicaría que la empresa vendiera directamente al público o consumidor final, lo cual no siempre sucede, por lo que es importante considerar cual será el precio al que se venderá el producto al primer intermediario este será el precio real que se considere en el cálculo de ingresos

Como no hay un método estadístico que proporcione la curva de precios como real, se concluye que se debe usarse un método de ajuste para proyectar los precios. La única alternativa es hacer variar los precios conforme a la tasa de inflación esperada, proyecciones que presenta el Banco Central del Ecuador, en esta forma se piensa que la proyección de los precios se ajusta más a la realidad que lo que haría un método estadístico rígido de ajustes de puntos

## 2.8.5 Comercialización

### **2.8.5.1 Definición de comercialización**

Para Gabriel Baca Urbina (2010), “es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios del tiempo y lugar”

La (Http://www.mailxmail.com/cursos-proyectos-inversion/estudio-mercado), proporciona “Es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costes para el proyecto”

Juan José Miranda M. (2005) Define, “El estudio de la comercialización señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final”

#### **2.8.5.2 Formas de comercialización**

La Comercialización, Gabriel (2010, Pág. 48-52) dice, “A pesar de ser un aspecto poco favorecido en los estudios, la comercialización es parte vital del funcionamiento de una empresa. Se puede producir el mejor artículo en su género y al mejor precio, pero si no se tiene los medios para hacerlo llegar al consumidor en forma eficiente, esta empresa irá a la quiebra. La Comercialización no es la simple transferencia de productos hasta las manos del consumidor, esta actividad debe conferirle a los productos los beneficios del tiempo y lugar; es decir una buena comercialización es la que coloca al producto en un sitio y en un momento adecuado, para dar al consumidor la satisfacción que espera con la compra”

Normalmente ninguna empresa está capacitada, sobre todo en recursos materiales, para vender todos los productos directamente al consumidor final. Es uno de los males necesarios de nuestro tiempo:

Los Intermediarios.- Que son empresas o negocios propiedad de terceros encargados de transferir el producto de la empresa productora al consumidor final, para darle el beneficio del tiempo y lugar.

Hay dos tipos de intermediarios: *Los Comerciantes*.- Adquieren el título de propiedad de la mercancía; y *Los Agentes*.- sirven de contacto entre el productor y vendedor. Entre el productor y el consumidor final existen varios intermediarios, cada uno con ganancia de 25 a 30% del precio de adquisición del producto, de manera que si hubiera cuatro intermediarios, un producto doblaría su precio desde que sale de la empresa productora hasta el consumidor final.

Los beneficios que los intermediarios aportan a la sociedad son:

\*Asignan a los productos el sitio y el momento oportuno para ser consumidos adecuadamente

\*Concentran grandes volúmenes de diversos productos y los distribuyen haciéndolos llegar a lugares lejanos.

\*Salvan grandes distancias y asumen los riesgos de la transportación acercando el mercado a cualquier tipo de consumidor

\*Conoce los gustos y preferencias y da las pautas para realizar un producto a la medida

\*Son los que verdaderamente sostiene a la empresa al comprar grandes volúmenes

\*Muchos intermediarios promueven las ventas al otorgar créditos a los consumidores y asumir el riesgo de cobro

El distribuidor debe tener ciertas características que lo harán ser mejor que otros:

Debe tener calidad profesional, estar entrenados para el trabajo, tener una buena organización, que el personal tenga una mentalidad orientada hacia el mercadeo, que este correctamente informado sobre las características del producto a vender, que tenga contacto con sus clientes para atender sus observaciones, reclamos o sugerencias sobre la calidad del producto, que cuente con instalaciones adecuadas para el manejo del producto y que esté dispuesto a reducir márgenes de ganancia en épocas difíciles

### Canales de Distribución y su naturaleza

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista. Existen dos tipos de productores claramente identificados:

1.- Canales para productos de consumo popular o en masa

*Productores- Consumidores.-* Este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos; también incluye las ventas por correo

*Productores-Minoristas-Consumidores.-* Es el canal muy común y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos

*Productores-Mayoristas-Minoristas-Consumidores.-* El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados; este tipo de canal se da en las ventas de medicina, ferretería, madera, etc.

*Productores-Agentes-Mayoristas-Minoristas-Consumidores.-* Aunque es el canal más indirecto, es el más utilizado por empresas que venden sus productos a cientos de kilómetros de su sitio de origen

## 2.- Canales Para Productos Industriales

*Productor-Usuario Industrial.-* Es usado cuando el fabricante considera que la venta requiere atención personal al consumidor

*Productor-Distribuidor Industrial-Usuario Industrial.-* El distribuidor es el equivalente al mayorista. La fuerza de ventas de ese canal reside en que el productor tenga contacto con muchos distribuidores. El canal se usa para vender productos no muy especializados, pero solo de uso industrial

*Producto-Agente-Distribuidor-Usuario Industrial.-* Se usa para realizar ventas en lugares muy lejanos

### Como seleccionar el canal más adecuado para la distribución del producto

Para desarrollar este tema se sustenta tres aspectos, referentes a los objetivos de la nueva empresa:

*Cobertura del mercado.-* se debe tomar en cuenta que, no se eleve el costo al consumidor final, y que se determine el tipo del mercado al que se quiere llegar

*Control sobre el producto.-* Como cada nivel de intermediario cede la propiedad del artículo mientras más intermediarios haya se perderá más el control del producto

*Costos.*- Tenemos que tomar en cuenta que, aparentemente es más barato atender directamente al cliente pero, es más barato atender a 10 mayoristas que a 1000 consumidores finales

#### Estrategia de introducción al mercado

La estrategia de introducción al mercado, es la mezcla de estrategia, publicidad-precio. Se puede elaborar el mejor producto del mundo en muchos sentidos, pero si solo pocos consumidores lo conocen la introducción al mercado se hará lenta, y será difícil construir un *nicho de mercado* (estrategia de colocar el producto en el sitio adecuado). Hay varios factores que hacen que un producto sea considerado nuevo:

- a) Desde luego un precio más bajo, comparado con productos similares
- b) Mayor facilidad de compra en tiempo, lugar y crédito;
- c) Mayor facilidad de uso;
- d) Mayor confiabilidad que el producto hará lo que la propaganda dice que hace
- e) Nueva apariencia positiva

#### **2.8.5.3 Importancia de la comercialización**

Es de vital importancia analizar la comercialización, determinar las formas de comercialización ya que dota de herramientas para el proyecto; con estos argumentos se logrará determinar el *nicho de mercado*. Este tema ayuda incluso al ahorro de tiempo y recursos, de manera que se minimice los riesgos de inversión. El estudiante lector/a fundamentará sus inquietudes en estas teorías y tesis documentadas para analizar el proyecto, y formular un criterio o recomendaciones para desarrollar un Centro Cultural útil y viable en su ejecución y permanencia al servicio del turismo local, regional, nacional e internacional, meta del proyecto

## 2.9 ESTUDIO TÉCNICO

### 2.9.1 Concepto de estudio técnico

Juan José Miranda M. (2005), menciona; “Es la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y obviamente la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero”

Gabriel Baca (2010) presenta “la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”

Queda suficientemente claro es “La determinación del tamaño, la ingeniería, el análisis organizativo, administrativo y legal, más óptimo que sea consecuentes al comportamiento del mercado y las restricciones de financiamiento”

### 2.9.2 Desarrollo del estudio técnico

El estudio técnico se subdivide a su vez en cuatro partes: Determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal, menciona Gabriel Baca (2010, pág. 84-90).

#### a).- Determinación de un tamaño óptimo

Es fundamental en esta parte del estudio aclarar que tal determinación es difícil, las técnicas existentes para su determinación son iterativas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos a trabajar, ya que para cierto equipo la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje. Aquí es necesario plantear una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a la perfección la tecnología que se empleará

*Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta.-* En la práctica determinar el tamaño de una nueva planta de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existe entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas y las alternativas del tamaño entre las cuales se puede escoger, se reducen a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados a continuación

*El Tamaño del Proyecto y la demanda.-* La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso que la demanda sea claramente superior. Si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevarlo a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso. Cuando la demanda es claramente superior al tamaño propuesto, este debe ser tal que solo cubra un porcentaje de la primera, no más de 10%, siempre y cuando haya mercado libre

*El Tamaño del Proyecto y los suministros e insumos.-* El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Muchas grandes empresas se han visto frenadas por la falta de ese insumo. Para demostrar que este aspecto no es limitante para el tamaño del proyecto, se deberá listar todos los proveedores de materias primas, e insumos, y se anotará los alcances de cada uno para suministrar estos últimos

*El Tamaño del Proyecto La Tecnología y los Equipos.-* Hay ciertos procesos o técnicas de producción que exigen una escala mínima para ser aplicables, ya que por debajo de ciertos niveles los costos serían tan elevados que no se justificaría la operación de la planta. Las relaciones entre el tamaño y la tecnología influirán a su vez en las relaciones entre tamaño, inversiones y costo de producción. En efecto dentro de ciertos límites de operación y a mayor escala, dicha relación propiciará un menor costo de inversión por unidad de capacidad instalada y un mayor rendimiento por persona ocupada; Lo anterior contribuirá a disminuir el costo de producción, aumentar las utilidades y elevar la rentabilidad del proyecto

*El Tamaño del Proyecto y el financiamiento.-* Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo, es claro que la realización del proyecto es imposible. Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico, la prudencia aconsejará escoger la que se financie con mayor comodidad y seguridad, y que a la vez ofrezca de ser posible los menores costos y un alto rendimiento de capital

*El Tamaño del proyecto y la organización.-* Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa. Aquí se hace una referencia sobre todo al personal técnico de cualquier nivel, el cual no se puede obtener fácilmente en algunas localidades del país.

b).- Localización Óptima del proyecto

El objetivo general de este punto es, por supuesto llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta con los siguientes métodos:

*Método Cuantitativo por puntos, Ventajas y desventajas.-* Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización. Esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios. El método permite ponderar factores de preferencia para el investigador al tomar la decisión. Se sugiere aplicar en base a la ilustración para detalles con los criterios:

**Cuadro Nro. 32**  
**Método Cuantitativo por puntos, Ventajas y desventajas**

<b>Factores Relevantes</b>	<b>Peso asignado</b>	<b>Calificación</b>	<b>(A) Calificación Ponderada</b>	<b>Calificación</b>	<b>(B) Calificación ponderada</b>
Materia prima disponible	0,33	5,0	1,65	4,0	1,32
Mano de obra disponible	0,25	7,0	1,75	7,5	1,875
Costos de insumos	0,20	5,5	1,1	7,0	1,4
Costo de la vida	0,07	8,0	0,56	5,0	0,35
Cercanía del mercado	0,15	8,0	1,2	9,0	1,35
<b>SUMA</b>	<b>1,00</b>		<b>6,26</b>		<b>6,295</b>

Fuente: Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos

\*Desarrollar una lista de factores relevantes

\*Asignar un proceso a cada factor para indicar su importancia relativa (los procesos deben sumar 1,00), y el proceso asignado dependerá exclusivamente del criterio del investigador

\*Asignar una escala común a cada factor (por ejemplo de 0 a10) y elegir cualquier mínimo

\*Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala designada y multiplicar las calificaciones por el peso

\*Sumar la puntuación de cada sitio y elegir el máximo de puntuación

Es un método sencillo de aplicarse pero la desventaja que es subjetiva y tendencial a criterios del que realiza el estudio a su favor, entre los factores que se pueden considerar para realizar la evaluación, se encuentra los siguientes:

\**Factores geográficos*, relacionados con las condiciones naturales que se rigen en las distintas zonas del país, como el clima, los niveles de contaminación y desechos, las comunicaciones (carreteras, vías férreas y rutas aéreas) etc.

\**Factores institucionales*, que se relacionan con los planes y las estrategias de desarrollo y descentralización industrial

\**Factores Sociales*, se relacionan con la adaptación del proyecto al ambiente y a la comunidad. (Se refiere a los servicios sociales)

\**Factores económicos*, que se refiere a los costos de los suministros e insumos en esa localidad, como la mano de obra, las materias primas, el agua, la energía eléctrica, los combustibles, la infraestructura disponible, los terrenos y la cercanía a los mercados y las materias primas

#### *Método cuantitativo de Vogel, Ventajas y Desventajas*

Éste método apunta al análisis de los costos de transporte, tanto de materias primas como de productos terminados. El problema del método consiste en

reducir al mínimo posible los costos de transporte destinado a satisfacer los requerimientos totales de la demanda y abastecimiento de materiales. Los supuestos, también considerados como *desventajas* del método son:

\*Los costos de transporte son una función lineal del número de unidades embarcadas

\*Tanto la oferta como la demanda se expresan en unidades homogéneas

\*Los costos unitarios de transporte no varían de acuerdo con la cantidad transportada

\*La oferta y la demanda deben ser iguales

\*Las cantidades de oferta y demanda no varían con el tiempo

\*No considera más efectos para la localización que los costos de transporte

Entre sus *Ventajas* está que es un método preciso y totalmente imparcial todos los datos se llevan a una matriz oferta-demanda u origen y destino. Se escogerá aquel sitio que produzca los menos costos de transporte tanto de la materia prima como del producto terminado

### c).- Ingeniería Del Proyecto

Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta

*Objetivos Generales.-* Es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva

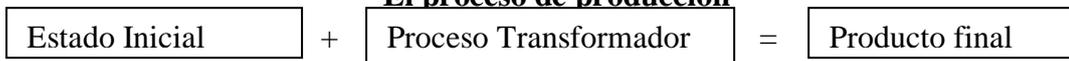
*Procesos de producción.-* Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinante función de manufactura. En esta parte el

estudio el investigador procederá a seleccionar una determinada tecnología de fabricación.

Otro factor primordial es la adquisición de equipo y maquinaria, factor en el que se considera muchos aspectos para obtener la mejor opción.

### Cuadro Nro. 33

#### El proceso de producción



<p style="text-align: center;"><b>Insumos</b></p> <p>Son aquellos elementos sobre los cuales se efectuará el proceso de transformación para obtener el producto final</p>	<p style="text-align: center;"><b>Proceso</b></p> <p>Conjunto de operaciones que realizan el personal y la maquinaria para elaborar el producto final</p>	<p style="text-align: center;"><b>Productos</b></p> <p>Bienes finales resultado del proceso de transformación</p>
<p style="text-align: center;"><b>Suministros</b></p> <p>Son los recursos necesarios para realizar el proceso de transformación</p>	<p style="text-align: center;"><b>Equipo productivo</b></p> <p>Conjunto de maquinaria e instalaciones necesarias para realizar el procesos transformador</p>	<p style="text-align: center;"><b>Subproductos</b></p> <p>Bienes obtenidos no como objetivo principal del proceso de transformación pero con un valor económico</p>
	<p style="text-align: center;"><b>Organización</b></p> <p>Elemento humano necesario para realizar el proceso productivo.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Residuos o desechos</b></p> <p>Consecuencia del proceso con o sin valor</p>

Fuente: Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos

#### *Técnicas de análisis del proceso de producción*

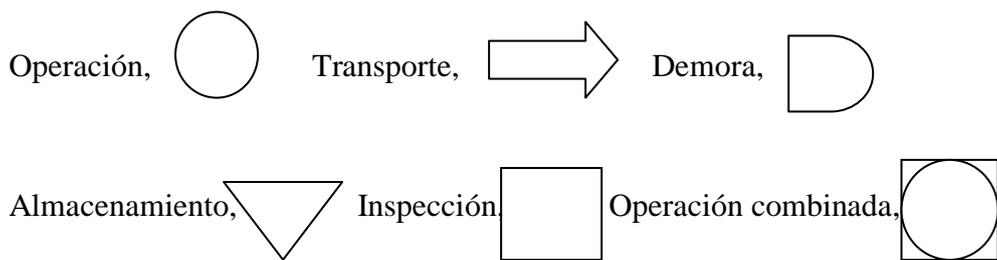
Analizaremos el proceso o la tecnología, la utilidad de este análisis cumple dos objetivos: Facilitar la distribución de la planta aprovechando el espacio disponible en forma óptima, lo cual a su vez, optimiza la operación de la planta mejorando los tiempos y movimientos de los hombres y máquinas. Existen varios métodos para realizar este análisis pero dependerá de los objetivos del estudio, y se lo representa por medio de diagramas para su análisis.

*Diagrama de bloques.*- Es el método más sencillo para representar un proceso.

Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se une con el anterior y el

posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo. En la representación se acostumbra empezar en la parte superior derecha de la hoja. Si es necesario se puede agregar ramales al flujo principal del proceso. En los rectángulos se anota la operación unitaria (cambio físico o químico) efectuada sobre el material y se puede complementar la información con tiempos y temperaturas

*Diagrama de flujo del proceso.*- Este contiene más detalles en el proceso, donde se utiliza una simbología internacional aceptada para representar las operaciones efectuadas. Dicha simbología es la siguiente:



Este método es el más usado para representar gráficamente los procesos

*Cursograma analítico.*- Es una técnica que consiste en hacer un análisis muy detallado del proceso, básicamente con la intención de reducir el tiempo, la distancia o ambos parámetros dentro de un proceso que ya está en funcionamiento

*Diagrama de hilos y Diagrama de recorrido.*- Básicamente son los mismos excepto por las formas en que se presentan. Ambos muestran con una gráfica la ruta de recorre la materia prima, desde que sale del almacén hasta que se convierte en producto final. Mientras el Diagrama de hilos se presenta como una maqueta tradicional y con hilos de colores se señala el recorrido de los materiales, en el diagrama de recorrido se hace exactamente lo mismo, pero solo sobre un dibujo

*Factores relevantes que determinan la adquisición de equipo y Maquinaria*

Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipo y maquinaria se debe tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. A continuación se menciona toda la información que se debe recabar y la utilidad que tendrá en etapas posteriores

a) Proveedor, b) Precio, c) Dimensiones, d) Capacidad, e) Flexibilidad, f) Mano de obra necesaria, g) Costo de mantenimiento, h) Consumo de energía eléctrica, otro tipo de energía o ambas, i) Infraestructura necesaria, j) Equipos auxiliares, k) costo de los fletes y los seguros, l) Costo de instalación y la puesta en marcha, m) Existencia de refacciones en el país

### *Distribución de la planta*

Gabriel Baca (2010, pág. 92-100) menciona los, *Objetivos y principios básicos de la distribución de la planta.*- Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. Los objetivos y principios básicos son los siguientes: Integración total, Mínima distancia de recorrido, Utilización del espacio cúbico, Seguridad y bienestar para el trabajador, Flexibilidad

### *Tipos de proceso y sus características*

Cualquiera que sea la manera en que esté hecha una distribución de la planta afecta al manejo de los materiales, la utilización del equipo, los niveles de inventario, la productividad de los trabajadores, e incluso la comunicación de grupo y la moral de los empleados la distribución está determinada en gran medida por:

\*El tipo de producto (ya sea un bien o un servicio, el diseño del producto y los estándares de calidad)

\*El tipo de proceso productivo (tecnología empleada y materiales que requeridos)

\*El volumen de producción (tipo continuo y alto volumen producido o intermitente y bajo volumen de producción)

Gabriel menciona que, *Existen tres tipos básicos de distribución:*

a) *Distribución por proceso.*- Agrupa a las personas y al equipo que realizan funciones similares y hacen trabajos rutinarios en bajos volúmenes de producción. El trabajo es intermitente y guiado por órdenes de trabajos individuales

b) *Distribución por producto.*- Agrupa a los trabajadores y al equipo de acuerdo con la secuencia de operaciones realizadas sobre el producto o usuarios. Las líneas de ensamble son características de esta distribución con el uso de transportadores y equipo muy automatizado para producir grandes volúmenes de relativamente, pocos productos, el trabajo es continuo y se guía por instrucciones estandarizadas

c) *Distribución por componente fijo.*- Aquí la mano de obra, los materiales y el equipo acuden al sitio de trabajo como en la construcción de un edificio o un banco. Tienen la ventaja de que el control y la planificación del proyecto pueden realizarse usando técnicas como el CPM (ruta crítica) y el PERT

*Métodos de distribución. Diagrama y recorrido y SLP.*- La distribución de una planta debe integrar numerosas variables interdependientes una buena distribución reduce al mínimo posible los costos no productivos como al manejo de materiales y almacenamiento, mientras que permite aprovechar al máximo la eficiencia de los trabajadores, el objetivo de cada una de las distribuciones es:

a) *Distribución por proceso.*- reducir al mínimo posible el costo de manejo de materiales ajustando el tamaño y modificando la localización de los departamentos de acuerdo con el volumen y la cantidad de flujo de los productos

b) *Distribución por producto.*- aprovechar al máximo la efectividad del trabajador agrupado el trabajo secuencial en módulos de operación que producen una alta utilización de la mano de obra y del equipo, con un mínimo de tiempo ocioso

*Cálculo de las áreas de la planta. Bases del cálculo*

Llegado a la proporción de la distribución ideal de la planta, sigue la tarea de calcular las áreas de cada departamento o sección, para plasmar ambas cosas en el plano definitivo de la planta. A continuación se menciona las principales áreas que normalmente existen en una empresa y cuál sería su base de cálculo: Recepción de materiales y embarques del producto terminado; Almacenes; Departamento de producción; Control de calidad; Servicios auxiliares; Sanitarios; Oficinas; Mantenimiento; Área de tratamiento o disposición de desechos contaminantes

### *Organización del recurso humano y organización general de la empresa*

Gabriel, menciona que el estudio de organización dependerá de cuán grande sea la empresa y su estructura de organización, para optimizar los recursos de financiamiento. Las etapas iniciales de un proyecto comprenden actividades como constitución legal, trámites gubernamentales, compra de terrenos, construcción de edificio (o adaptación), compra de maquinaria, contratación de personal, selección de proveedores, contratos escritos con clientes, prueba de arranque, consecución de créditos más convenientes, entre otras, mismas que deben ser programadas, coordinadas y controladas. Deben ser previstas adecuadamente desde las primeras etapas para garantizar la consecución de objetivos de la empresa. Las actividades son tan complejas o variadas, que con frecuencia es necesario contratar servicios externos, no solo en las etapas iniciales sino en forma rutinaria

Es decir se debe dotar a la organización de la flexibilidad suficiente para adaptarse rápidamente a los cambios de la empresa, flexibilidad que también se refiere a las instalaciones y a los espacios administrativos disponibles. El objetivo de presentar un organigrama es observar la cantidad total del personal que trabajará para la nueva empresa, ya sea interno o como servicio externo, esta cantidad de personal, será la que se va a considerar en el análisis económico para incluirse en la nómina de pago. Pero para determinar si un trabajador va a ser interno o externo se debe sopesar si ese cargo le mantiene ocupado todo el día, durante la semana, el mes y el año, de manera que no se subutilice el talento humano

### *Marco legal de la empresa y factores relevantes*

En toda nación existe una constitución o su equivalente que rige los actos, tanto de gobierno como las instituciones y los individuos. A esa norma se rige una serie de códigos de la más diversa índole, como fiscal, sanitario, civil y penal

También existe una serie de reglamentaciones de carácter local y regional, casi siempre de los mismos aspectos, estos repercuten sobre un proyecto y por tanto deben tomarse en cuenta, ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico

## 2.10 ESTUDIO FINANCIERO

### 2.10.1 Definición de estudio financiero

La <http://www.slideshare.net/fcarvajals/estudio-financiero-2114226>), define, “El estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada período de vida útil”

El grupo de (Mtra. Nora González Navarro, Mtra. Ma. Elvira López Parra, Mtra. Jesús N. Aceves López, Dr. Roberto Celaya Figueroa, Alumna Nancy Beltrán Fraijo, 2008), definen “El estudio financiero está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa marche, visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo”

Gabriel Baca Urbina (2010), presenta como estudio económico “Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporciona las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”

Las fuentes ayuda a definir, “El estudio financiero determina el monto de los recursos económicos para la ejecución del proyecto al igual que los costos totales, ingresos que se aspiran recibir en los periodos de vida útil, es decir se determina la viabilidad de un plan de negocios”

### 2.10.2 Importancia del estudio financiero

Se ha analizado que el estudio financiero ayuda a determinar la viabilidad de un plan de negocios. De ahí la importancia que al iniciar cualquier idea de proyecto o negocio como en este caso; Se contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, se considera el costo en efectivo que conlleva a operar el proyecto en términos financieros, que implica el costo de capital de

trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos pre operativo hasta obtener los indicadores financieros en los estados financieros como son: El Balance General, Estado de pérdidas y ganancias y Flujo de efectivo, como elementos básicos para realizar el análisis financiero de tal forma que se determine con amplitud y en cifras la viabilidad del proyecto o negocio. Resultados que se obtiene de los capítulos anteriores del estudio

### 2.10.3 Métodos para el estudio financiero

Objetivos generales y estructuración: Una vez que el investigador concluye el estudio hasta la parte técnica se habrá dado cuenta de que existe un mercado potencial y que no existe impedimento tecnológico para llevar a cabo el proyecto menciona Gabriel Baca (2010, pág. 139-155). La parte del análisis financiero pretende cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que sirvan de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera o económica

Determinación de los costos.- Costos, es un término muy utilizado por eso se lo define “Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad); Aclaremos que la determinación de los costos futuros sirve de herramienta para el análisis económico financiero, pero no son cifras reales por ende no son una camisa de fuerza o un camino a seguir de control son solo estimaciones que no violan ningún principio contable, puesto aquí no se trata de controlar las cifras del proyecto sería tratar de controlar el futuro y eso no es posible.

Se clasifica a los diferentes tipos de costos para ilustración del estudiante lector/a:

Costos de producción, Costos de materia prima, Costo de mano de obra, Envases, Costos de energía eléctrica, Costos de agua, Combustibles, Control de calidad, Mantenimiento, Cargos de Depreciación y amortización, Otros costos, Costos

para combatir la contaminación, Costos de Administración, Costos de Ventas, Costos Financieros

Inversión total inicial, fija y diferida.- Inversión inicial comprende los activos fijos o tangibles y los diferidos o intangibles, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa con excepción del capital de trabajo

*Los Tangibles o bienes fijos.*- son los que se pueden tocar o los bienes propiedad de la empresa como: Terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse de ellos sin que estos ocasionen problemas en sus actividades productivas (a diferencia del circulante)

*Los Intangibles.*- es el conjunto de bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento incluyen: Patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, instalación y la puesta en marcha, contratos de servicios (luz, agua teléfono, entre otras), estudios que tienden a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa

En la evaluación de proyectos se acostumbra presentar la lista de todos los activos tangibles e intangibles, anotando que se incluye en cada uno de ellos, en otras palabras los costos adicionales que los bienes puedan representar (transporte, instalación de equipos, maquinarias, asesoría, entre otras)

#### *Cronograma de inversiones*

Baca, también agrega, capitalizar el costo de un activo significa registrar en los libros contables como un activo. Para registrar de mejor manera se construye un cronograma de acciones o un cronograma de instalación del equipo, en el que se tome en cuenta los plazos de entrega de lo ofrecido por los proveedores, y la instalación como en poner en marcha los equipos. Se calcula el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable, de manera que no registre las cuentas fiscales en vano

*Depreciaciones y Amortizaciones.- Depreciación.-* Se aplica al activo fijo ya que con el uso de estos bienes valen menos es decir se deprecian. *Amortización.-* Se aplica a los activos diferidos o intangibles, se asigna un cargo anual para la recuperación de la inversión

Para hacer los cargos de depreciación y amortización correspondientes, deberá basarse en la ley tributaria, esto lo logra el inversionista haciendo un cargo llamado costos por depreciación y amortización

*Capital de Trabajo.-* Desde el punto de vista contable el capital de trabajo es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Prácticamente está representado por el capital adicional distinto a la inversión, es con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa. Hay que notar que la inversión fija y diferida se recupera por la vía fiscal, mientras que el capital de trabajo se resarcirá en recuperar a corto plazo

*Activo circulante.-* se compone básicamente de tres rubros:

a).- *Valores e inversiones.-* Es la caja y bancos, es el efectivo que siempre debe tener la empresa para afrontar no solo gastos cotidianos sino imprevistos, hasta que la empresa logre obtener ingresos se recomienda el *Modelo de cálculo Baumol*, (Programación exacta de las fechas y de las necesidades de dinero en efectivo, más una cantidad extra como seguridad)

b).- *Inventarios.-* Es muy difícil si no imposible, establecer una fórmula general para calcular el inventario del producto en proceso y del terminado, por lo que aquí se hablará solo del inventario de materia prima. Se pretende solo presentar un modelo que ayude a evaluar a determinar de manera aproximada cual sería la inversión en inventarios que tendría que hacer los promotores del proyecto al iniciar las operaciones de la empresa. El modelo Lote Económico.- el cual se basa en la consideración que existen ciertos costos que aumentan mientras más inventario se tiene como el costo de almacenamiento, seguros y obsolescencia, y existen otros que disminuyen cuanto mayor es la cantidad existente en inventarios,

como ocurre con las interrupciones en producción por falta de materia prima, los posibles descuentos en las compras y otros

c).- *Cuentas por cobrar*.- Este rubro se refiere a que cuando una empresa inicia sus operaciones, normalmente dará a crédito en la venta de sus primeros productos. Las cuentas por cobrar calculan cual es la inversión necesaria como consecuencia de vender a crédito lo cual depende por supuesto de las condiciones de crédito, es decir del periodo promedio en que la empresa recupera el capital la fórmula es:

$$C \times C = \text{Cuentas por cobrar} = \frac{\$ \text{ventas anuales}}{365} * \text{PPR}$$

Donde: PPR = periodo promedio de recuperación

*Pasivo circulante*.- Así como es necesario invertir en activo circulante, también es posible que cierta parte de esta cantidad se pida prestada, entonces ¿qué cantidad será recomendable pedir prestado a corto plazo(3 a 6 meses), para cubrir una parte del capital de trabajo. En la práctica se ha visto que un criterio apropiado para este cálculo es basarse en el valor de la tasa circulante, definida como:

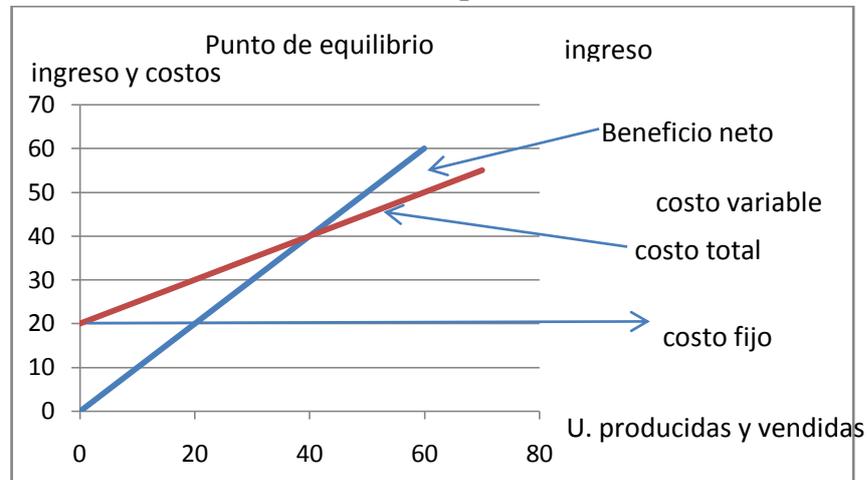
$$T C = \text{Tasa circulante} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{pasivo circulante}}$$

El valor promedio de la industria es de  $TC = 2,5$ ; lo que indica que por cada 2,5 unidades monetarias invertidas en activo circulante, es conveniente deber o financiar una

Punto de Equilibrio.- Es el nivel de producción en que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. Hay que mencionar que esta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de inversión sino que solo es una importante referencia a tomar en cuenta a demás tiene sus desventajas. Sin embargo, la utilidad general que se le da es que es posible calcular con mucha facilidad

El punto mínimo de producción al que debe apegarse para no incurrir en pérdidas, sin que esto signifique que aunque haya ganancias estas sean suficientes para hacer rentable el proyecto. El punto de equilibrio se lo puede resolver en forma gráfica y en forma matemática

**Gráfico Nro. 27**  
**Punto de Equilibrio**



Fuente: Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{P * Q}}$$

PE = Punto de equilibrio; CF = Costos fijos; CV = Costos variables; P = Precio; Q = Cantidad

Estado de resultados pro-forma

Gabriel Baca también habla del, Estado de resultados calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son en forma general el beneficio real de la operación de la planta y que se obtiene restando a los ingresos todos los costos en que se incurra y los impuestos que deba pagar. Habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no solo de la venta de los productos. Para realizar un estado de resultados adecuados, el evaluador deberá basarse en la ley tributaria, en las secciones referentes a la determinación de ingresos y costos deducibles de impuestos, aunque no hay que olvidar que en la

evaluación de proyectos se plantea y pronostica los resultados probables que tendrá una entidad productiva, de hecho simplifica la presentación del estado de resultados. Se llama pro-forma porque este significa proyectado lo que en realidad hace el evaluador: proyecta (normalmente a 5 años) los resultados económicos que supone tendrá la empresa

**Cuadro Nro. 34**  
**Estado de resultados**

FLUJO	CONCEPTO
+	Ingresos
-	Costo de producción
=	<b>Utilidad marginal</b>
-	Costo de administración
-	Costo de venta
-	Costos financieros
=	<b>Utilidad bruta</b>
-	Impuesto Sobre la Renta
-	Reparto de utilidades a los trabajadores
=	<b>Utilidad neta</b>
+	Depreciación y amortización
-	Tabla de pago de deuda
=	<b>Flujo Neto de Efectivo (FNE)</b>

Fuente: Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos

*Costo de Capital o Tasa mínimo aceptable de rendimiento*

Para formar cualquier empresa se requiere una inversión inicial, esta inversión viene de personas naturales, jurídicas, de entidades bancarias o de una mezcla de inversionistas. Analizaremos como se calcula este costo cuando se presenta la mezcla de capitales, a esto se lo denomina TMAR, cuando un inversionista pone sus recursos y quiere saber cuál es su Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, esta TMAR, sería como referencia la tasa máxima que ofrecen los bancos

La referencia firme es, pues el índice inflacionario, sin embargo cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino que esta tenga un crecimiento real; es decir le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero más allá de haber compensado los efectos de la inflación. (Fórmula del cálculo)

$$TMAR = i + f + if$$

Donde:  $i$  = Premio al riesgo  $f$  = Inflación

*Los datos de inflación (f).*- Son extraídos de fuentes oficiales, nacionales o extranjeras, y se los utiliza promedios es decir (la inflación promedia) a 5 años

*El premio al riesgo (i).*- Puede ser conocido como igual a la Tasa de Crecimiento Real del dinero Invertido, Una referencia para obtener los datos puede ser el mercado de Valores (Bolsa de Valores), esto depende de los tipos de acciones, y una segunda opción sería los datos de un buen estudio de mercado o debemos olvidar que a mayor riesgo mayor es la tasa de rendimiento. Luego de aplicar la fórmula en cada accionista individualmente es preciso reunirlos a todos en una operación final para determinar la TMAR mixta. (Ejemplo)

**Cuadro Nro. 35**  
**El premio al riesgo**

Accionista	% de aportación		TMAR		Ponderación
inversionista privado	0,5	*	0,232	=	0,116
otras empresas	0,25	*	0,2544	=	0,0636
introducción financiera	0,25	*	0,25	=	0,0625
TMAR GLOBAL MIXTA					0,2421

Fuente: Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos

Se debe calcular las TMAR, por separado por cada accionista por la exigencia que cada inversionista realiza y luego sumar de acuerdo al porcentaje de acciones para globalizar los resultados de la TMAR.

### Financiamiento

*Tabla de pago de la deuda.*- Una empresa está financiada, cuando a pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión. Debe entenderse por dinero barato los capitales pedidos en préstamo a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones bancarias. Las leyes tributarias permiten deducir de impuestos los intereses pagados por deudas adquiridas por la propia empresa. Esto implica que cuando se pide un préstamo, hay que saber hacer el tratamiento fiscal adecuado a los intereses y pago de capital, lo cual es un aspecto

vital al momento de realizar la evaluación financiera económica. Esto exige conocimiento de métodos para calcular este tipo de pagos. Existen 4 formas de pagar un préstamo

1.- Pago de capital e intereses al final de los períodos acordados su fórmula es:

$$F = P (1+i)^n$$

Donde: F = La suma futura por pagar; P = Capital prestado; i = Interés; n = Número de años o períodos

2.- Pago de interés al fin de cada año, y de interés y capital al fin del plazo acordado. En este caso se hace una tabla donde registre los pagos año a año

3.- Pago de cantidades iguales al final de cada año de los acordados como plazo

4.- Pago de interés y una parte proporcional del capital al final de cada uno de los años para llegar al plazo acordado

El método de pago que elija una empresa dependerá de la tasa interna de rendimiento que esté ganando, de hecho para la institución financiera los cuatro planes son equivalentes, pues si alguno le representa una desventaja lo eliminaría de inmediato

#### Balance General.-

La igualdad fundamental del balance es: Activo = Pasivo + Capital

Donde el *Activo* de una empresa es cualquier pertenencia material o inmaterial; *Pasivo* significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros; *Capital* significa los activos representados en dinero o en títulos que son propiedad de los accionistas o propietarios directos de la empresa. Significa que todo lo que tiene de valor la empresa le pertenece a alguien, cuando debe a terceros o entidades financieras y si no se debe, es de propiedad de los accionistas o dueños. Cuando se realiza un análisis económico de un proyecto y se debe presentar un balance general inicial, es decir se debe presentar una proyección de

balances en cada uno de los años proyectados. Pero eso sería irreal por los cambios que adopta el proyecto y en la ejecución

## 2.11 ANÁLISIS DE VARIABLES ECONÓMICOS Y SOCIALES

### 2.11.1 Estadística económica

De ([www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com) 2012 e Instituto Nacional de Estadística y Censos del Ecuador) se provee de información estadística económica de manera oportuna, confiable y de calidad en los diferentes sectores y temáticas económicas que requiere la población en general para la toma de decisiones, lo que permite el desarrollo de investigaciones estadísticas económicas en los establecimientos y empresas del país, mediante los procesos de planificación de la investigación estadística, recolección y pre crítica del dato estadístico, procesamiento, control de la calidad y análisis de la información estadística económica.

#### 2.11.1.1 Precios

Los precios al consumidor a inicios de la década del 2000 presentó cifras porcentuales que fluctuaron entre una inflación anual del 22,4 por ciento en el año 2001 y 9,4 por ciento en el 2002. Este comportamiento sucedió por el inicio de la era de la dolarización en el Ecuador. A medida que la dolarización avanzó a través de los años, los precios al consumidor (IPC) se estabilizaron en tasas de inflación anual del 9,4 por ciento en el año 2002 al 3,3 por ciento en 2010. Para el 2011 la inflación anual fue de 5,4 por ciento.

La tasa de variación anual de los precios al productor, por su parte, tuvo un comportamiento más estable en la década del 2000 y fluctuó con tasas de hasta diez puntos porcentuales. El año de mayor inflación de precios al productor fue el 2007 con 10,1 por ciento, mientras que para el año 2011 la inflación anual fue del 3,1 por ciento reflejando una disminución de la inflación de precios al productor en 3,6 puntos porcentuales respecto del año inmediatamente anterior.

#### **2.11.1.2 Actividades industriales y comerciales**

La cantidad de establecimientos de las actividades de servicios y comercio interno presentan una tendencia creciente y sostenida en los últimos veinte años en el Ecuador. El número de establecimientos como hoteles, restaurantes y servicios crecieron en un 5,5 por ciento del año 2008 a 2009. El número de establecimientos dedicados al comercio interno aumentó de 1178 en el año 2007 a 1190 en el 2008

La tasa de la producción total de hoteles restaurantes y servicios entre el año 2001 a 2009 tuvo un promedio de variación anual del 18,5 por ciento. De manera similar, el comercio interno entre el año 2001 y 2008 presentó una tasa de variación anual promedio del 17,6 por ciento.

En materia de edificaciones, en los últimos veinte años el número de permisos de construcción presenta una tendencia creciente, puesto que pasó de 11.567 permisos en 1990, a 20.112 en el 2000 y 28.211 permisos de construcción en el 2010. Para el año 2009 existen 905.651 vehículos motorizados matriculados en Ecuador.

#### **2.11.1.3 Actividad Económica Principal**

En las actividades económicas que se desarrollan en el Ecuador se destacan las ramas de actividad, siendo el Comercio al por mayor y menor, la de mayor importancia, con una representación del 54% a nivel nacional. Resulta interesante destacar que en Educación y Salud se encuentra el 2,62% y 3,18%, respectivamente. Existen diferencias importantes de los establecimientos económicos por regiones. El 53% de los establecimientos económicos se encuentra concentrado en la región Sierra, el 42,3% se encuentra en la región Costa, el 4,4% en la región Amazónica y el 0,3% en la Región Insular. Por otro lado, el 0,1% de los establecimientos se encuentra en las zonas no delimitadas.

#### **2.11.1.4 Personal Ocupado**

El personal ocupado por regiones se encuentra distribuido de la siguiente manera: Sierra 53,23%, Costa 43,13%, Amazonía 3,4%, Insular 0,26% y Zonas no delimitadas 0,04%. Esta distribución es importante ya que hace referencia de igual manera a cómo se encuentra distribuida la población. La provincia de Pichincha tiene el mayor porcentaje (59,69%) de personal ocupado, lo que evidencia que las personas ocupadas se concentran en la capital.

#### **2.11.1.5 Remuneraciones**

En la actividad de Comercio al por mayor y por menor se encuentra aproximadamente el 54% de establecimientos, de igual manera esta rama representa en remuneraciones 16,1%, seguido con un 13,2% por la administración pública, defensa y enseñanza con el 13%, notando que el gasto público en remuneraciones es representativo a nivel nacional.

Es importante destacar que a pesar de que los establecimientos correspondientes a la explotación de minas y canteras corresponden al 0,03%, a nivel de remuneraciones representa 11,3%, lo que puede explicarse por la cantidad de personas que trabajan en esta actividad o por que el nivel de sueldos de los trabajadores es alto.

### **2.11.2 ESTADÍSTICAS SOCIALES**

Las estadísticas sociales proveen información estadística social y demográfica de manera oportuna, confiable y de calidad en los diferentes sectores y temáticas social y demográfica que requiere la población en general para la toma de decisiones, a través de las investigaciones estadísticas socio-demográficas en los establecimientos y centros de salud, población y vivienda del país.

Incluye información estadística del mercado laboral, desigualdad, educación, estadísticas de salud, matrimonios y divorcios y migración, los mismos que permiten visualizar un perfil de la estructura social del Ecuador.

Un aporte importante en este ámbito constituye la información proveniente del Censo de Población y Vivienda.

#### **2.11.2.1 Mercado Laboral**

El mercado laboral muestra una evolución estable o con pocas variaciones en los últimos cinco años, así tenemos que la tasa de desempleo pasó del 5,0 al 4,2 por ciento. Por su parte, la tasa de empleo pasó de 34,2 al 54,7 por ciento del año 2007 al 2011 respectivamente, lo que demuestra un mejoramiento sostenido en el tiempo del empleo en Ecuador.

En el año 2011, el 41 por ciento de la población económicamente activa del Ecuador se encontró en ocupación plena, es decir cuatro de cada diez personas ocupadas de 10 años y más que trabajan, como mínimo, la jornada legal de trabajo y tienen ingresos superiores al salario unificado legal y no desean trabajar más horas (no realizaron gestiones), o bien que trabajan menos de 40 horas y sus ingresos son superiores al salario unificado legal y no desean trabajar más horas.

#### **2.11.2.2 Desigualdad**

El índice de Gini sirve para medir la desigualdad, resume la manera cómo se distribuye una variable entre un conjunto de individuos. En el caso particular de la desigualdad económica, la medición se asocia al ingreso (o al gasto) de las familias o personas. En este sentido se ha disminuido la desigualdad en el Ecuador, es así que el coeficiente de Gini paso de 0,49 en junio de 2006 a 0,44 en diciembre 2011.

#### **2.11.2.3 Acceso a teléfono fijo**

En la actualidad, tener acceso a un teléfono fijo es una prioridad para la mayoría de hogares, puesto que abre una variedad de puertas en cuanto a comunicación, debido a que está relacionado con la posibilidad de tener o no servicio de internet en el hogar.

En el país, el 28,5% de la población dispone de este servicio. La región Insular cuenta con el 68,7% de acceso. En cuanto al Ecuador continental, la región con mayor cantidad de abonados a telefonía fija es la Sierra, seguido de la Amazonía y por último la región Costa.

#### **2.11.2.4 Acceso a TIC'S**

La posibilidad de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación en el país, tiene una variación bastante similar en cuanto a la distribución regional. Es así que el acceso a teléfono celular fluctúa entre el 66,8% y el 74,1% para el Ecuador continental. Para la región Insular se tiene un acceso del 92,1%.

En cuanto a acceso a computadora, la región Insular presenta un 46,4%, seguido de la Sierra con un 25%. Por otro lado, el acceso a televisión pagada es del 33,2% para Galápagos, continuando con el 23,5% en la Amazonía

#### **2.11.2.5 Asistencia escolar**

La asistencia escolar en el país presenta una variación significativa a lo largo del tiempo, es así que el porcentaje de ecuatorianos con asistencia escolar en el año 1990 fue de 34,9%, pasando a un 31,9% en el año 2001 y elevándose significativamente al 92,0% en el 2010.

En cuanto a distribución provincial se observa una repartición similar a la nacional. En los años 1990 y 2001 se presenta prácticamente el mismo porcentaje de asistencia escolar en todas las provincias, creciendo de forma elocuente para el año 2010.

#### **2.11.2.6 Asistencia escolar**

La distribución en cuanto a número de miembros por hogar, tanto en el área urbana como en la rural, ha crecido en las categorías de hogares con 3 y 4 miembros. Esto evidencia la planificación familiar, puesto que el año 1990 todas

las categorías presentaban una distribución similar. En cuanto a número de hogares por área se observa un crecimiento más rápido en el área urbana.

#### **2.11.2.7 Pobreza por ingresos**

Se considera a una persona en situación de pobreza por ingresos cuando su ingreso está por debajo del monto mínimo necesario que le permite satisfacer sus necesidades esenciales. Este umbral se denomina línea de pobreza y se encuentra expresada a partir del valor monetario de una canasta de bienes y servicios básicos

La serie de la pobreza por ingreso tiene una tendencia decreciente, es decir que este indicador va disminuyendo con el transcurso del tiempo y pasa de 26,30 por ciento en junio del 2006 a 17,36 en diciembre del 2008, es decir una reducción de 8,9 puntos porcentuales en aproximadamente cinco años. El comportamiento de la serie es moderado siendo su pico más alto en septiembre del 2009 donde la pobreza se ubicó en 25,54 por ciento, mientras que en diciembre del 2011 es donde se registra menor porcentaje de pobreza por ingresos.

## CAPÍTULO III

### 3 ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE MERCADO

La potencialidad turística con la que cuenta nuestro país permite establecer propuestas que impulsen el desarrollo y crecimiento turístico, su ubicación geográfica y además sus cuatro regiones bien marcadas: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular la que se encuentra situada a 1000 kilómetros de la costa ecuatoriana

Ecuador está conformado por 24 provincias, la población actual es de 14'483.499 habitantes. La mayor parte de la población se encuentra en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca. Imbabura, es una provincia privilegiada por contar con un sin número de atractivos como lagos, diversidad cultural, étnica y comidas típicas, mismas que permiten se constituya en uno de los destinos turísticos, visitado tanto por turistas nacionales como por extranjeros. Se cuenta con una diversidad de climas, desde el frío hasta el sub tropical, lagunas como: la de Yahuarcocha, San Pablo, Mojanda, Cuicocha, atractivos culturales como la feria del cuero en Cotacachi, la feria de las artesanías en Otavalo, la feria textil de verano en Atuntaqui, entre otras

Los cantones más visitados en la provincia de Imbabura son: **Otavalo**, conocido también por la feria de artesanías que es la más famosa del Ecuador; aquí se ofrecen los ponchos y tapices de lana hasta los sombreros de Panamá, también el turista no puede pasar sin conocer el Lago San Pablo y la Cascada de Peguche, ubicados a diez minutos en el sur y norte de Otavalo respectivamente y son unas de las escenas naturales y espirituales de la zona

El turista también podrá disfrutar y observar diversas aves como el Cóndor en el parque que lleva su mismo nombre "Cóndor" asentado sobre la colina de Pucará de Curí loma

Otavalo está ubicada a 104 kilómetros del noroeste de Quito, la capital de Ecuador, con una altitud máxima de 4.939 metros por encima del nivel del mar, una extensión de 1.809 kilómetros cuadrados y una población de 110.000 habitantes. Su fundación se celebra el 6 de julio de 1.861, la ciudad está enclavada entre un volcán, un lago y una fila de montañas forestadas

San Miguel de **Ibarra**, la “Ciudad Blanca”, es la cabecera de la provincia Imbabura. Ibarra es conocido por sus artesanías de madera y cuero, su arrope de mora y los helados de paila

El Ecuador es considerado como uno de los 17 países más mega diversos del mundo, por sus características naturales, según lo publicado por Conservación Internacional. La UNESCO ha reconocido al Parque Nacional Galápagos y al Parque Nacional Sangay, como Patrimonios Naturales de la Humanidad y tiene la calificación de Reserva de la Biosfera, el Parque Nacional Yasuní

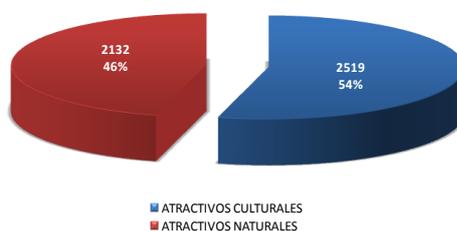
El Ecuador abarca al 18% de las orquídeas, 18% de las aves, 10% de los anfibios, y el 8% de los mamíferos del mundo. Cuenta con 40 Áreas Protegidas, y 4 Reservas de Biosferas

Adicionalmente a su riqueza de fauna y flora, el país posee un exquisito valor cultural demostrado por las 14 nacionalidades indígenas y 16 pueblos que preservan sus costumbres, idioma y tradiciones. Todo esto acompañado de 22 ciudades Patrimoniales, donde se manifiestan cualidades gastronómicas, culturales y artesanales

Con todo lo expuesto el Ecuador puede explotar su potencial en los segmentos de turismo como ecoturismo y turismo de naturaleza, turismo comunitario, parques temáticos, turismo cultural, turismo de deportes y aventura, turismo de salud, agroturismo, turismo de convenciones y congresos, y de sol y playa

La cuantificación total de los Patrimonios Culturales y Naturales, el Ministerio de Turismo, indica que existen en el país 4.651 atractivos de los cuales 46% están contenidos dentro de la categoría de Patrimonios Naturales, y un 54% como Patrimonios Culturales. Cifras que pueden aumentar con el inventario Patrimonial

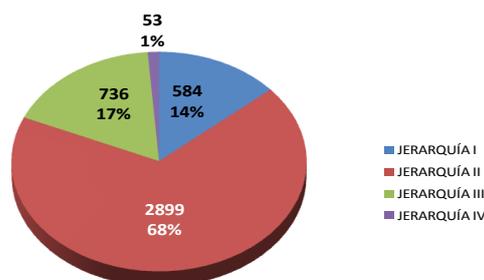
**Gráfico Nro. 28**  
**Cuantificación de Atractivos Culturales y Naturales**



Fuente: Ministerio de Turismo

La jerarquización de los atractivos, elaborada por el Ministerio de Turismo señala que del total de los atractivos culturales y naturales que posee el Ecuador, un 14% son de primera categoría y un 68% corresponden a la segunda jerarquía, según lo que se puede analizar en el siguiente gráfico

**Gráfico Nro. 29**  
**Jerarquía de los Patrimonios Naturales y Culturales del Ecuador**



Fuente: Ministerio de Turismo

Si se visualiza los atractivos turísticos en el territorio ecuatoriano, se da cuenta que estos se encuentran focalizados en áreas de mayor depresión económica, justamente la falta de industrialización ha provocado, el feliz hecho, de que se mantengan intactas áreas naturales y culturales. Una situación de pobreza y altos recursos naturales no puede seguir funcionando, es preciso estimular el uso de estos recursos al servicio de la actividad turística, con lo cual se daría una alternativa económica a las poblaciones menos favorecidas

Con todo lo señalado la utilización de los atractivos turísticos y la instauración de la planta turista se puede observar en el gráfico 31 que el Ecuador ha explotado solo el 15% de su potencial turístico, lejano a la explotación, como por ejemplo, de Costa Rica quien tiene ya ocupado el 80% de su capacidad y recursos. Los atractivos turísticos del país se encuentran distribuidos un 67% en los Andes, 17% en la Costa, 15% en la Amazonía y un 1% en Galápagos

**Gráfico Nro. 30**  
**Destinos de mayor visitación en el Ecuador**



Fuente: Ministerio de Turismo

## 3.2 MECÁNICA OPERATIVA

### 3.2.1 Población o universo

La población a la cual va dirigida la presente investigación es a los turistas nacionales (63%) y extranjeros (37%), que visitan la ciudad Otavalo para participar de las actividades culturales que son aproximadamente 200.000 turistas al año, de acuerdo a la información publicada por el GAD Municipal de Otavalo

### 3.2.2 Muestra

#### 3.2.2.1 Muestra de Turistas Nacionales

El software ya calcula con facilidad lo que facilita la operación, con una población de 200.000 turistas al año, considerando que el 63% son nacionales su resultado da:

$$n = 383,0044$$

Dicho resultado equivale a 383 encuestas aplicadas en la ciudad de Otavalo, de un universo de 126000 turistas nacionales, que visitan la ciudad durante el período de un año.

### 3.2.2.2 Muestra de Turistas Extranjeros

El número de turistas extranjeros que visitan anualmente la ciudad de Otavalo y que es de:  $200.000 \times 37\% = 74.000$  su cálculo da:

$$n = 382,1811$$

Dicho resultado equivale a 382 encuestas aplicadas en la ciudad de Otavalo, de un universo de 74000 turistas extranjeros, que visitan la ciudad durante el período de un año

### 3.2.3 Información primaria

#### -Encuesta

Para la aplicación de la encuesta se consideró como Población o Universo a los turistas nacionales y extranjeros que visitan Otavalo, y sobre todo los que llegan a la Plaza de Ponchos y sectores aledaños

**Cuadro Nro. 36**  
**PORCENTAJE DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE OTAVALO**  
**PARA APLICAR ENCUESTAS**

<b>Nro.</b>	<b>TURISTAS</b>	<b>%</b>	<b>TURISTAS</b>	<b>Muestra</b>
1.-	Nacionales	63	200000	126000
2.-	Extranjeros	37	200000	74000
---	<b>TOTALES</b>	<b>100</b>		<b>200000</b>

Fuente: Ilustre Municipio de Otavalo  
Elaborado por: El autor

Las técnicas como la **entrevista** y la **observación** no serán necesarias para la realización del estudio de mercado

### 3.3 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Para el análisis o viabilidad de este proyecto se consideró la opinión de turistas nacionales y extranjeros, tomando en cuenta que no existe este tipo de centro que permita visualizar la cultura y tradición de la zona, por lo que existe gran expectativa para la puesta en marcha de este tipo de servicio en el sector de San Rafael de la Laguna del Cantón Otavalo. En el Centro Cultural se expondrán los eventos culturales de gran trascendencia que se desarrollan en la parroquia, para que puedan ser visitados por los turistas nacionales y extranjeros que visiten este sector, es decir, se contará con esculturas a escala natural que representen y simbolizen las fiestas tradicionales como son:

1.- El Coraza evento de mayor acogida.- Con su respectivos actos simbólicos incluyendo los atuendo e implementos para la representación natural

2.- Los Pendoneros.- Es una gran fiesta tradicional símbolo de los pobladores

3.- Los San Juanes o conocido como; Entrega de la Rama o Inti Raymi Es una gran fiesta tradicional que, se acostumbraban a pasar en San Rafael de la Laguna

Ampliar información en el marco teórico tradiciones de San Rafael, Otavalo e Imbabura y en el diagnóstico situacional en las fuentes secundarias y en la observación fuente primaria

### 3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA (REAL, INSATISFECHA Y POTENCIAL)

Para analizar el mercado se realizó 382 y 383 encuestas a turistas nacionales y extranjeros respectivamente, para poder determinar el nivel de preferencia en cuanto al servicio, precio, lugar y promoción que permita visualizar su demanda, oferta, precio y plaza de los que se propone. Presentamos la tabulación y análisis de los resultados obtenidos luego de la aplicación de las encuestas

### 3.4.1 PRESENTACIÓN DE DATOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO

#### 3.4.1.1 Resultados, análisis e interpretación de encuestas aplicadas a los turistas nacionales

**Cuadro Nro. 37**

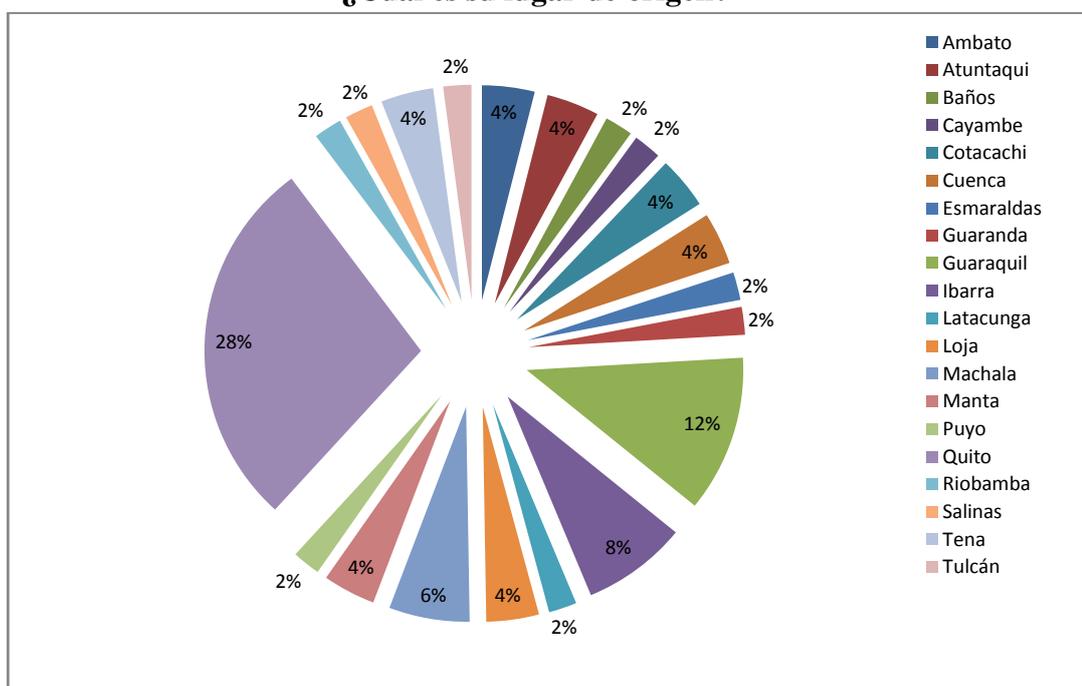
**1.- ¿Cuál es su lugar de origen?**

LUGAR	NÚMERO	%	LUGAR	NÚMERO	%
Ambato	15	4%	Manta	15	4%
Atuntaqui	15	4%	Puyo	8	2%
Baños	8	2%	Quito	107	28%
Cayambe	8	2%	Riobamba	8	2%
Cotacachi	15	4%	Salinas	8	2%
Cuenca	15	4%	Tena	15	4%
Esmeraldas	8	2%	Tulcán	8	2%
Guaranda	8	2%			
Guayaquil	45	12%			
Ibarra	30	8%			
Latacunga	8	2%			
Loja	15	4%			
Machala	23	6%			
			TOTAL	382	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 31**

**¿Cuál es su lugar de origen?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

La mayor parte de turistas nacionales provienen de las ciudades de Quito, Guayaquil e Ibarra, y el resto viene de las demás provincias que conforman el país, tal vez, se debe a la cercanía sobre todo de las ciudades de Quito e Ibarra, favorable en la medida en que pueden llegar más seguido y aportar como mercado potencial en el presente proyecto

**Cuadro Nro. 38**

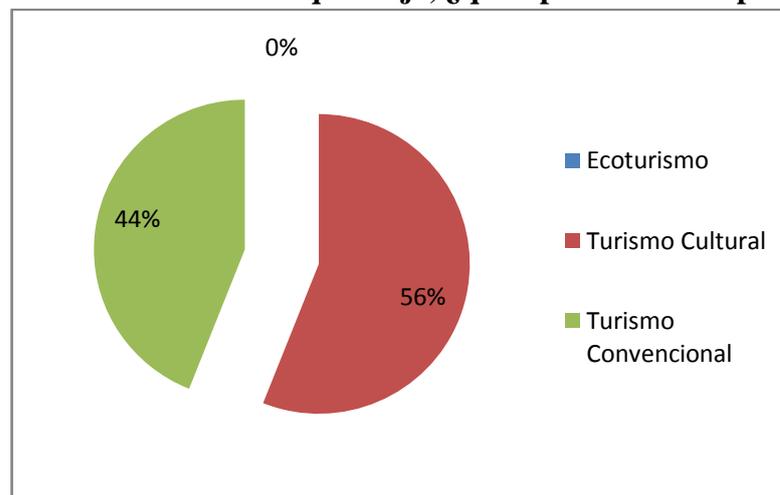
2.- Usted o los miembros con que viaja, ¿qué tipo de turismo prefiere?

OPCIONES	NÚMERO	%
Ecoturismo	0	0%
Turismo Cultural	214	56%
Turismo Convencional	168	44%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 32**

Usted o los miembros con que viaja, ¿qué tipo de turismo prefiere?



Elaborado por: El autor

Análisis:

Existe una preferencia mayoritaria por el turismo cultural, situación que destaca el gusto y preferencia de los encuestados, a pesar de que el turismo convencional no deja de ser importante, situación a considerarse en cuanto al análisis de demanda

**Cuadro Nro. 39**

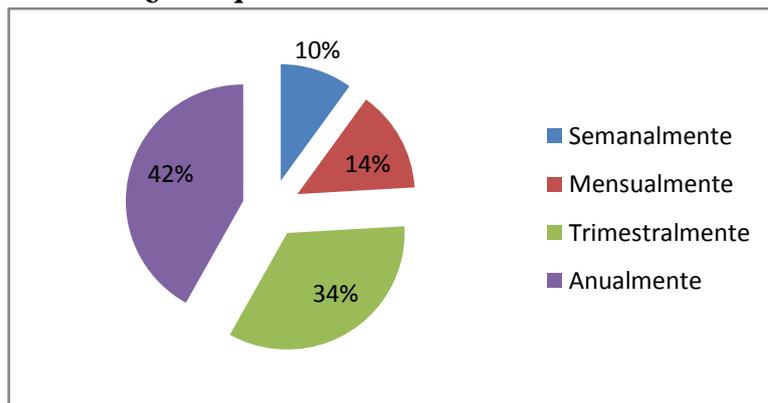
**3.- ¿Con qué frecuencia visita Otavalo?**

OPCIONES	NÚMERO	%
Semanalmente	38	10%
Mensualmente	54	14%
Trimestralmente	130	34%
Anualmente	160	42%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 33**

**¿Con qué frecuencia visita Otavalo?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

La frecuencia de visitas está establecida en su mayoría anualmente, seguida por un porcentaje representativo que lo hace trimestralmente, dos tipos de demandas a ser consideradas por la frecuencias de visitas por parte de los turistas locales en el análisis de mercado correspondiente, lo que de ante mano permite visualizar dos demandas una trimestral y otra anual

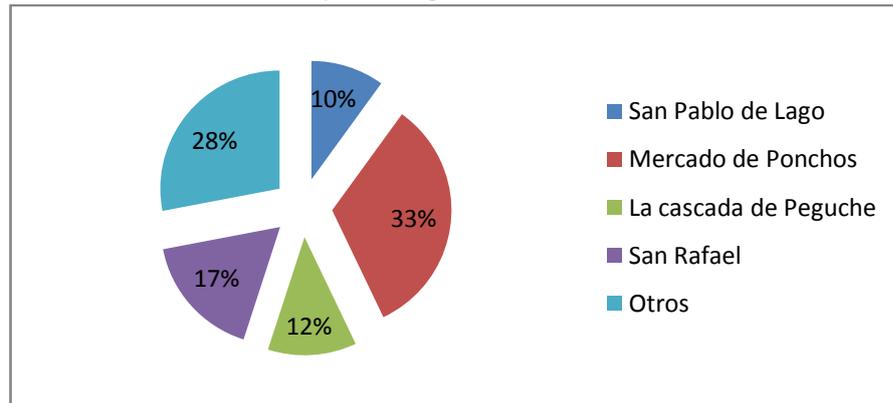
**Cuadro Nro. 40**

**4.- ¿Qué lugares visita?**

OPCIONES	NÚMERO	%
San Pablo de Lago	38	10%
Mercado de Ponchos	126	33%
La cascada de Peguche	46	12%
San Rafael	65	17%
Otros	107	28%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 34**  
**¿Qué lugares visita?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

El lugar más visitado es el mercado de los ponchos, seguido por San Rafael y San Pablo, situación que resulta aceptable, ya que el proyecto se pretende instalar en el sector de San Rafael, pero todo esto puede mejorar si se prevé estrategias de publicidad en la presente propuesta

**Cuadro Nro. 41**

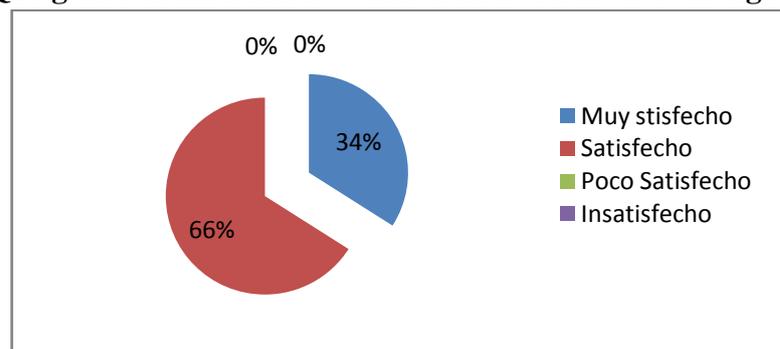
**5.- ¿Qué grado de satisfacción ha sentido al visitar dichos lugares?**

OPCIONES	NÚMERO	%
Muy satisfecho	130	34%
Satisfecho	252	66%
Poco Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 35**

**¿Qué grado de satisfacción ha sentido al visitar dichos lugares?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

Todos los turistas nacionales se sienten satisfechos y muy satisfechos, lo que garantiza su retorno, ya que cuando un turista se siente cómodo en algún sitio el regresa y además invita a otros para que acompañen, situación favorable para la implementación del proyecto

**Cuadro Nro. 42**

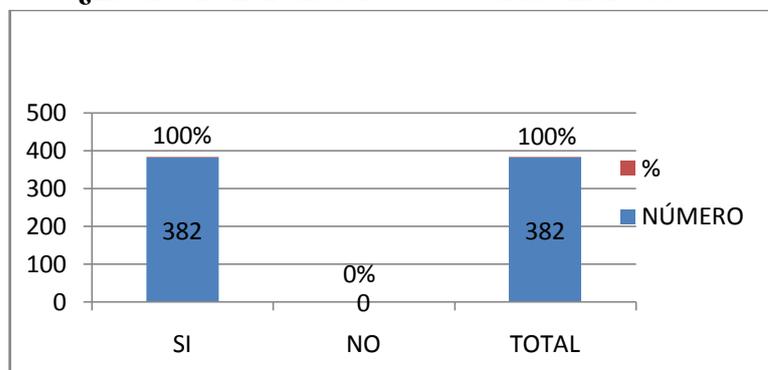
**6.- ¿Ha sido fácil trasladarse a estos sitios indicados?**

OPCIONES	NÚMERO	%
SI	382	100%
NO	0	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 36**

**¿Ha sido fácil trasladarse a estos sitios indicados?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

La facilidad de llegada a los sitios en mención es un aspecto favorable para todos quienes están dentro de la estructuración del proyecto, puesto que la mayoría encuentra fácil la llegada hasta este sector

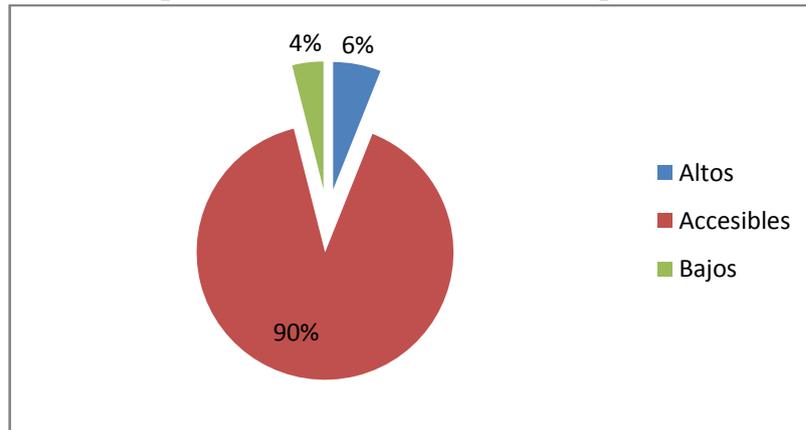
**Cuadro Nro. 43**

**7.- ¿Cree usted que los costos de los servicios adquiridos han sido?**

OPCIONES	NÚMERO	%
Altos	23	6%
Accesibles	344	90%
Bajos	15	4%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 37**  
**¿Cree usted que los costos de los servicios adquiridos han sido?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

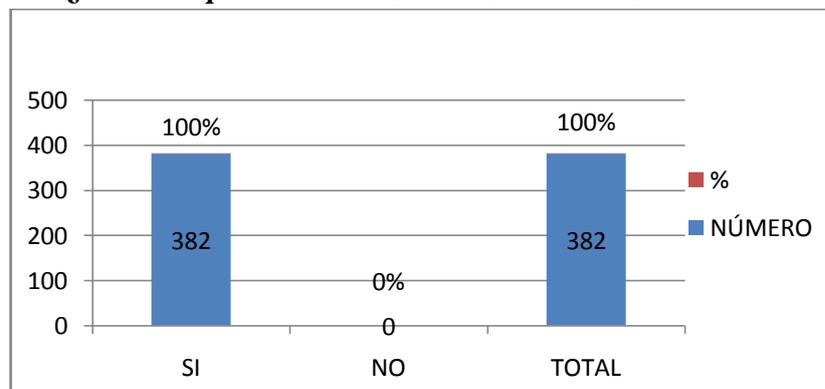
Los costos para mayoría de visitantes son accesibles, mientras que una minoría insignificante manifiesta que son altos o bajos, situación a considerar para el establecimiento de precios competitivos al interior de la propuesta

**Cuadro Nro. 44**  
**8.- ¿Desearía que se cree un centro cultural en San Rafael?**

OPCIONES	NÚMERO	%
SI	382	100%
NO	0	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 38**  
**¿Desearía que se cree un Centro Cultural en San Rafael?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

Todos los visitantes están completamente de acuerdo con la creación del Centro Cultural en San Rafael, cuya aceptación es un punto a favor de la propuesta en mención

**Cuadro Nro. 45**

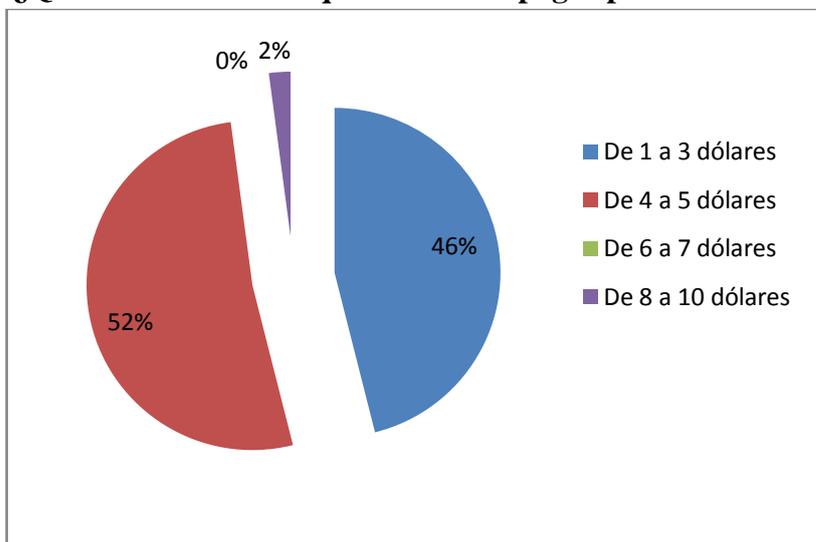
**9.- ¿Qué valor considera que se debería pagar para financiar?**

OPCIONES	NÚMERO	%
De 1 a 3 dólares	176	46%
De 4 a 5 dólares	198	52%
De 6 a 7 dólares	0	0%
De 8 a 10 dólares	8	2%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 39**

**¿Qué valor considera que se debería pagar para financiar?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

El valor a pagar para financiar la mayoría está dentro del rango de 4 a 5 dólares y otro grupo significativo considera que se debe pagar de 1 a 3 dólares, situación a considerar para la implementación del precio, ya puede establecerse dos tipos de tarifas dependiendo de los costos de operación del proyecto y del origen del turista

**Cuadro Nro. 46**

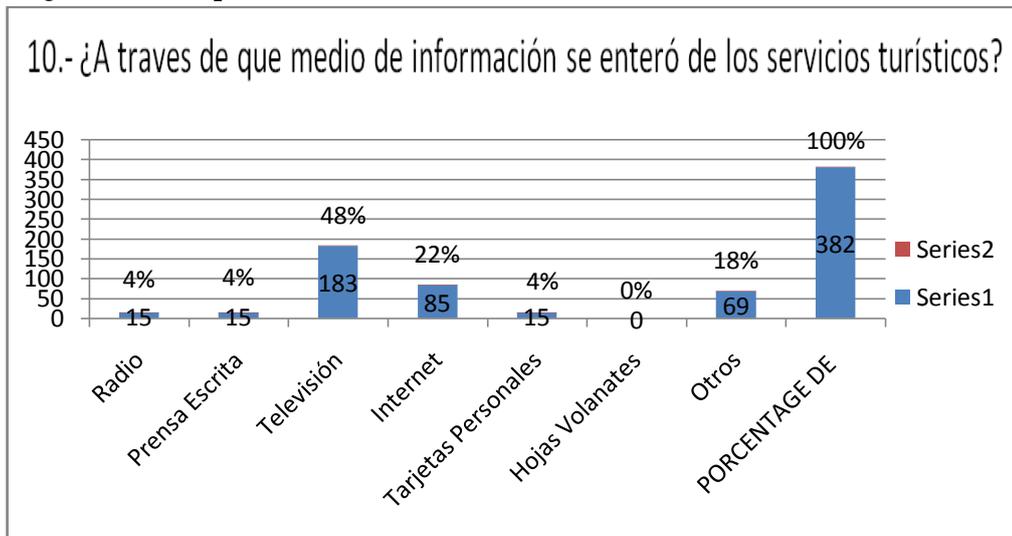
**10.- ¿A través de que medio de información se enteró de los servicios turísticos?**

OPCIONES	NÚMERO	%
Radio	15	4%
Prensa Escrita	15	4%
Televisión	183	48%
Internet	85	22%
Tarjetas Personales	15	4%
Hojas Volantes	0	0%
Otros	69	18%
PORCENTAGE DE	382	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 40**

**¿A través de qué medio de información se enteró de los servicios turísticos?**



Elaborado por: El autor

**Análisis:**

La televisión y el internet son los medios de comunicación a través de los cuales la mayoría de visitantes conocieron respecto a los servicios turísticos ofertadas en el sector de influencia, información a considerar para la promoción y difusión del proyecto cultural

#### **3.4.1.2 Perfil del visitante residente en la zona de influencia del proyecto**

De acuerdo a los datos obtenidos en el proceso de cuantificación respecto al flujo de turistas nacionales, se procedió a obtener información que permita

aproximar a determinar el perfil del visitante residente de la zona. El método a usar es la extrapolación de un dato específico a una estadística general, es decir sobre un universo de ingresos de visitantes a la zona de 126.000 se tomó una muestra de 382 individuos, con un margen de error del 0,05, con un nivel de confianza de 0,95

**Cuadro Nro. 47**  
**CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL VISITANTE RESIDENTE**

<b>DATOS GENERALES</b>	
GRUPO DE EDAD	El grupo mayoritario está en una edad entre los 24 y 55 años, siendo mayoritariamente de sexo masculino.
FRECUENCIA DE VISITA	El 42% visita Otavalo cada año, el 34% trimestralmente y el 14% y 10% lo hacen cada mes y semanalmente respectivamente.
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	En su gran mayoría son universitarios y profesionales (82%)
ESTADO CIVIL	En su gran mayoría son casados (60%) mientras que también existe un porcentaje de solteros bastante interesante (40%)
<b>MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA</b>	
MOTIVO PRINCIPAL	Su principal motivación es la diversión y la recreación, prefiriendo el turismo cultural (56%) y el convencional (44%)
LUGAR DE ORIGEN	Un 28% de los entrevistados vienen de Quito, también llegan de Guayaquil y de Ibarra, 12% y 8% respectivamente y el resto de otras ciudades del país.
LUGARES QUE VISITA	El 33% visita el mercado de ponchos, el 17% San Rafael, Peguche el 12% y San pablo el 10%, son los lugares más visitados del sector.
<b>FORMA DE VIAJE</b>	
ACCESO	El 100% manifiesta que ha sido fácil trasladarse hasta los lugares que ha visitado.
SATISFACCIÓN	El 66% siente satisfecho por los servicios recibidos y un 34% muy satisfecho.
COSTOS DE LOS SERVICIOS	El 90% considera que son accesibles y el 6% dice que son altos y un 4% bajos
DESEARÍA QUE SE CREE UN CENTRO CULTURAL EN SAN RAFAEL	El 100% de los encuestados están de acuerdo con la creación del centro cultural en San Rafael.
CON QUE VALOR APORTARÍA PARA SU FINANCIAMIENTO	De 4 a 5 dólares el 52%, y el 46% dice poder apoyar con el valor de 1 a 3 dólares.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	El medio de comunicación que más utilizan es la televisión (48%), seguido por el internet (22%) y el resto utiliza los medios restantes.

Elaborado por: El autor

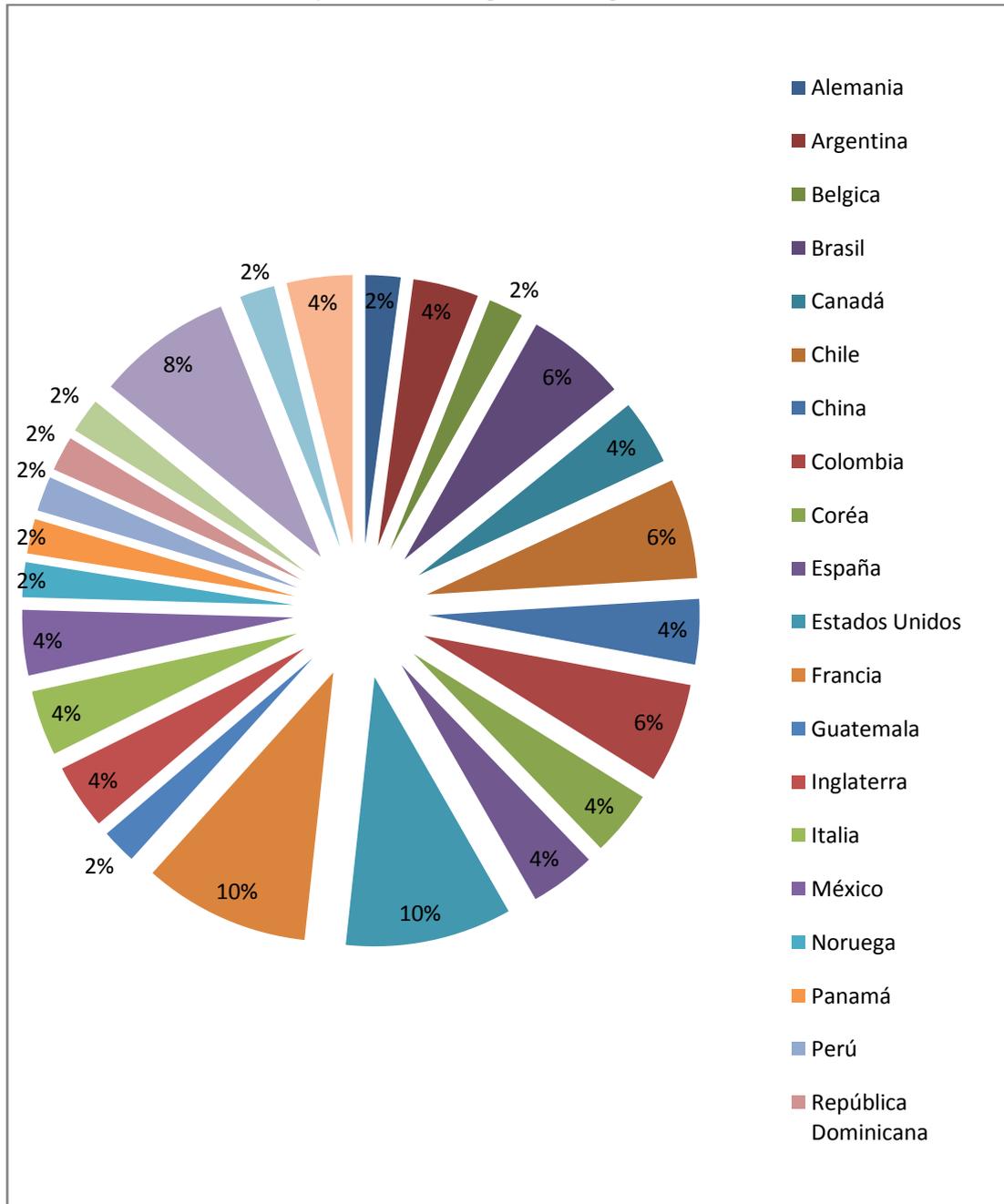
### 3.4.1.3 Resultados, análisis e interpretación de encuestas aplicadas a los turistas extranjeros

**Cuadro Nro. 48**  
**1.- ¿Cuál es su lugar de origen?**

LUGAR	NÚMERO	%
Alemania	8	2%
Argentina	15	4%
Bélgica	8	2%
Brasil	23	6%
Canadá	15	4%
Chile	23	6%
China	15	4%
Colombia	23	6%
Corea	15	4%
España	15	4%
Estados Unidos	38	10%
Francia	38	10%
Guatemala	8	2%
Inglaterra	15	4%
Italia	15	4%
México	15	4%
Noruega	8	2%
Panamá	8	2%
Perú	8	2%
República Dominicana	8	2%
Suecia	8	2%
Suiza	31	8%
Uruguay	8	2%
Venezuela	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 41**  
**¿Cuál es su lugar de origen?**



Elaborado por: El autor

**Análisis:**

La mayor parte de las personas que visitan estos lugares son de EEUU y de Francia, aunque llegan al sector personas de todo el mundo, tanto de Europa, Asia y Latinoamérica, turistas que por sus características son solventes y exigentes en cuanto a la demanda de servicios turísticos

**Cuadro Nro. 49**

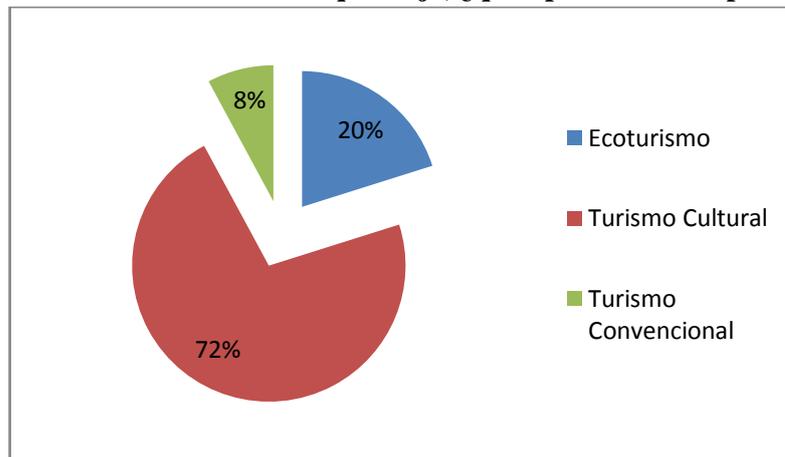
**2.- Usted o los miembros con que viaja, ¿qué tipo de turismo prefiere?**

OPCIONES	NUMERO	%
Ecoturismo	77	20%
Turismo Cultural	276	72%
Turismo Convencional	30	8%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 42**

**2.- Usted o los miembros con que viaja, ¿qué tipo de turismo prefiere?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

La mayoría de turistas extranjeros tienen preferencia por el turismo cultural y el ecoturismo, y un porcentaje pequeño prefiere el turismo convencional, lo que favorece para implementar el proyecto en función de los gustos y preferencias por parte de los demandantes de este tipo de servicios

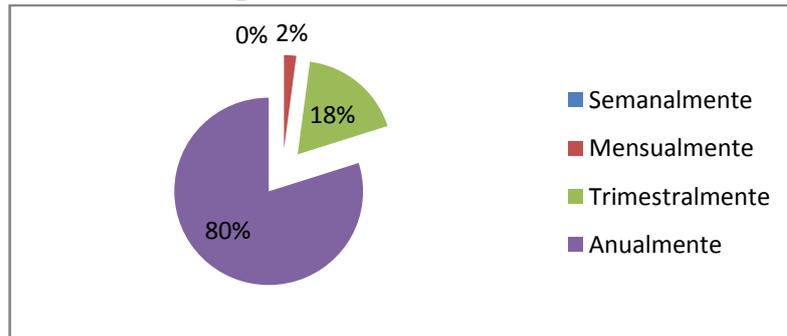
**Cuadro Nro. 50**

**¿Con qué frecuencia visita Otavalo?**

OPCIONES	NÚMERO	%
Semanalmente	0	0%
Mensualmente	8	2%
Trimestralmente	69	18%
Anualmente	306	80%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 43**  
**Con qué frecuencia visita Otavalo?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

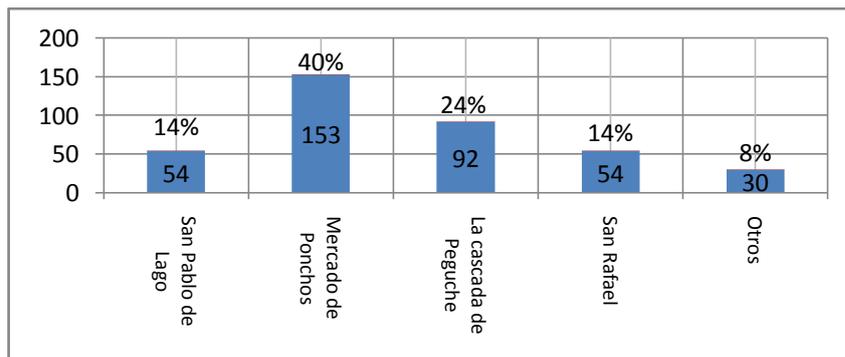
La mayoría de turistas extranjeros visitan Otavalo anualmente, seguido por un porcentaje representativo que lo hace trimestralmente y mensualmente, lo que favorece para implementar el proyecto en función de la rotación en cuanto a la llegada de este tipo de turistas a Otavalo

**Cuadro Nro. 51**  
**4.- ¿Qué lugares visita?**

OPCIONES	NÚMERO	%
San Pablo de Lago	54	14%
Mercado de Ponchos	153	40%
La cascada de Peguche	92	24%
San Rafael	54	14%
Otros	30	8%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 44**  
**4.- ¿Qué lugares visita?**



Elaborado por: El autor

Análisis:

Los lugares más visitados son Mercado de Ponchos, Cascada de Peguche, San Rafael y San Pablo en ese orden de preferencia por parte de los turistas extranjeros visitan Otavalo, donde incluye el sitio en que se pretende crear la propuesta

**Cuadro Nro. 52**

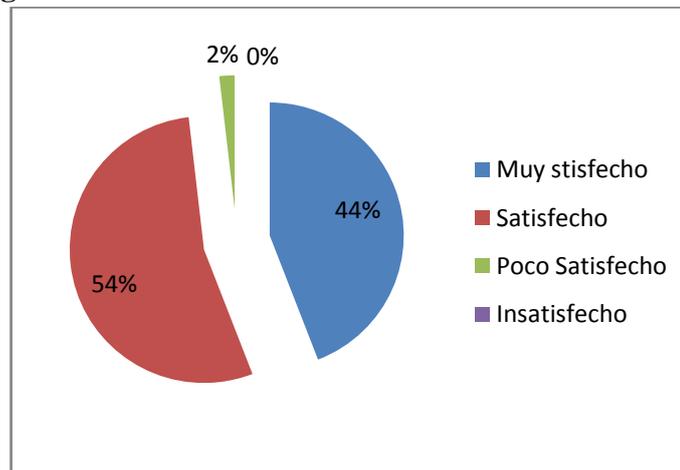
5.- ¿Qué grado de satisfacción ha sentido al visitar dichos lugares?

OPCIONES	NÚMERO	%
Muy satisfecho	169	44%
Satisfecho	207	54%
Poco Satisfecho	7	2%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 45**

¿Qué grado de satisfacción ha sentido al visitar dichos lugares?



Elaborado por: El autor

Análisis:

La mayor parte de las personas que visitan estos lugares dice sentirse muy satisfecha y satisfecha, lo que se puede considerar como algo acogedor y que les gusta llegar a los lugares mencionados, y eso es positivo para las aspiraciones del proyecto desde la perspectiva de mercado

**Cuadro Nro. 53**

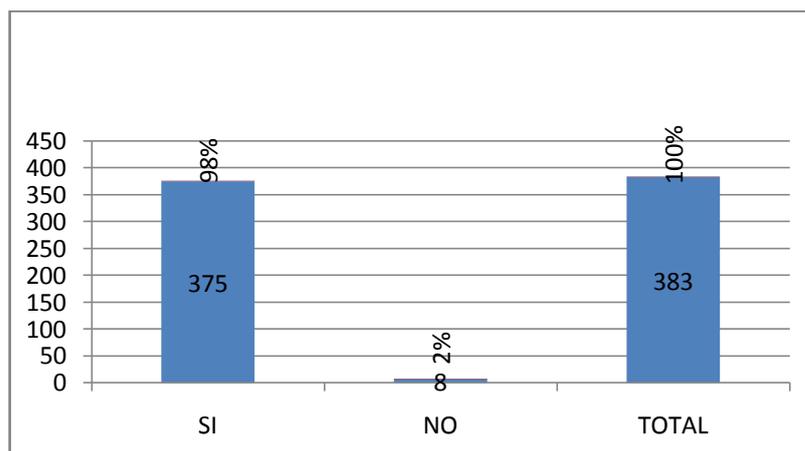
6.- ¿Ha sido fácil trasladarse a estos sitios indicados?

OPCIONES	NÚMERO	%
SI	375	98%
NO	8	2%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 46**

6.- ¿Ha sido fácil trasladarse a estos sitios indicados?



Elaborado por: El autor

Análisis:

La facilidad de acceder al Cantón Otavalo, es una de las situaciones favorables, ya que además hoy se cuenta con una vía de primer orden sobre todo cuando se viaja de norte a sur, o también de sur a norte, lo que permitirá una mayor afluencia de turistas locales o nacionales

**Cuadro Nro. 54**

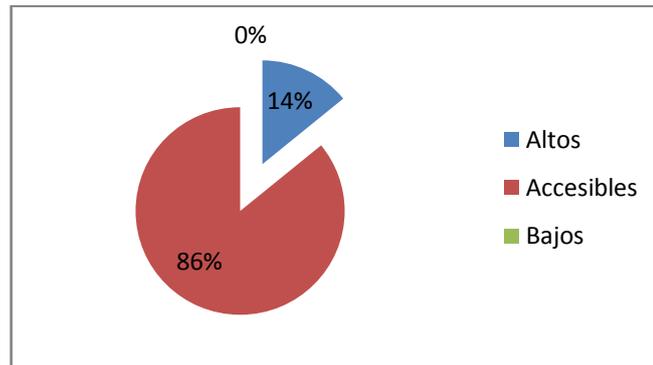
7.- Cree usted que los costos de los servicios adquiridos han sido

OPCIONES	NÚMERO	%
Altos	54	14%
Accesibles	329	86%
Bajos	0	0%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 47**

7.- Cree usted que los costos de los servicios adquiridos han sido



Elaborado por: El autor

Análisis:

Los costos de los servicios en su mayoría son accesibles, lo que permite medir la capacidad de pago que tienen los turistas extranjeros que visitan esta zona del país, lo que de alguna manera hace prever que a nivel de precios, los consumidores no ven ninguna dificultad para acceder a la oferta de bienes y servicios existentes

**Cuadro Nro. 55**

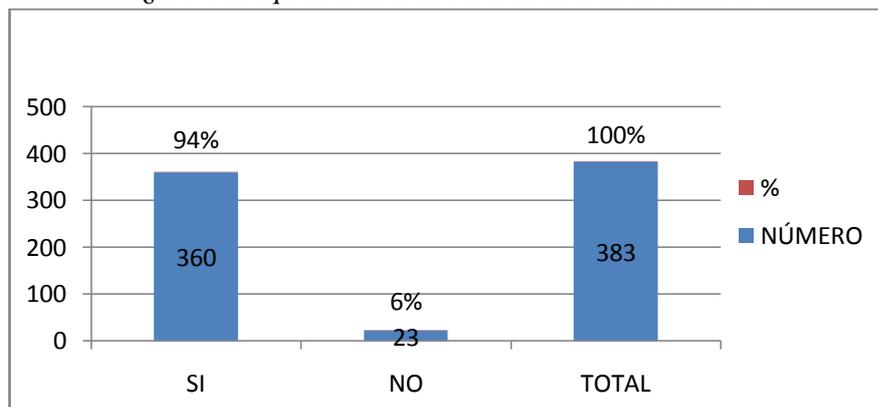
8.- ¿Desearía que se cree un centro cultural en San Rafael?

OPCIONES	NÚMERO	%
SI	360	94%
NO	23	6%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 48**

8.- ¿Desearía que se cree un centro cultural en San Rafael?



Elaborado por: El autor

Análisis:

La mayor parte de los encuestados apoyan la creación de un centro cultural en San Rafael, lo que resulta positivo para el desarrollo de la iniciativa propuesta, ya que se considera como una fortaleza para el proyecto en cuestión

**Cuadro Nro. 56**

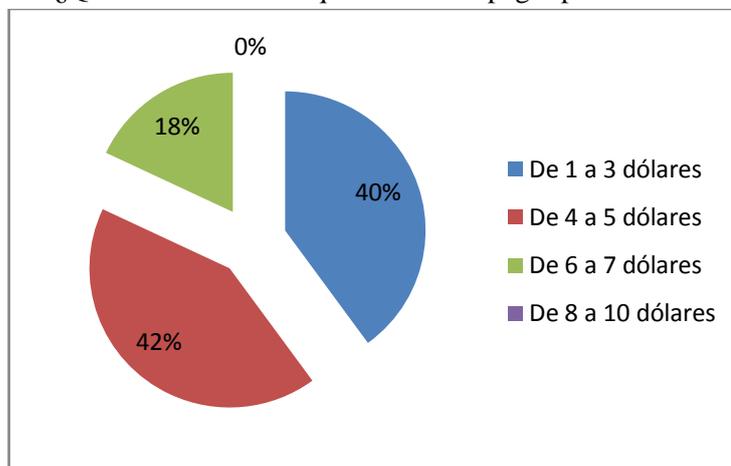
9.- ¿Qué valor considera que se debería pagar para financiar?

OPCIONES	NÚMERO	%
De 1 a 3 dólares	153	40%
De 4 a 5 dólares	161	42%
De 6 a 7 dólares	69	18%
De 8 a 10 dólares	0	0%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 49**

9.- ¿Qué valor considera que se debería pagar para financiar?



Elaborado por: El autor

Análisis:

Existe una mayor parte que está dispuesta apoyar al financiamiento de la presente propuesta, lo que sería importante es considerar si dicho aporte es suficiente para la implementación y sostenibilidad del proyecto

**Cuadro Nro. 57**

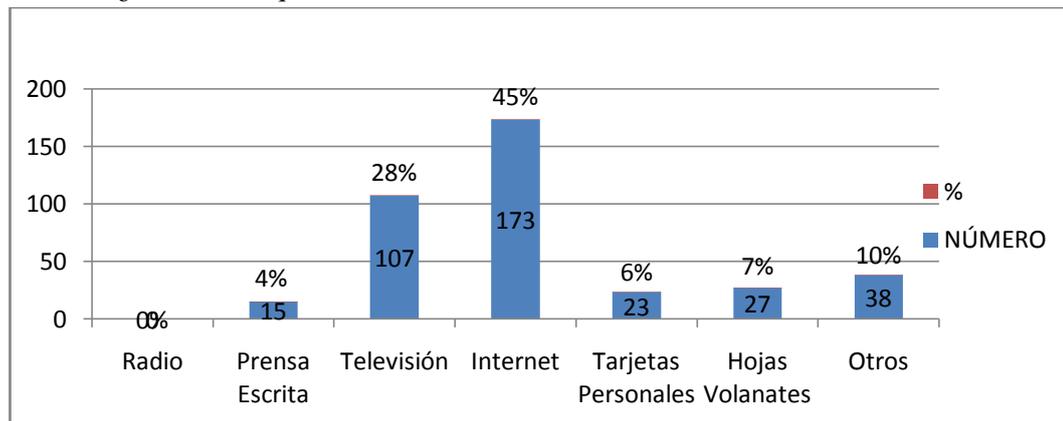
10.- ¿A través de que medio de información se enteró de los servicios turísticos?

OPCIONES	NÚMERO	%
Radio	0	0%
Prensa Escrita	15	4%
Televisión	107	28%
Internet	173	45%
Tarjetas Personales	23	6%
Hojas Volantes	27	7%
Otros	38	10%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 50**

10.- ¿A través de que medio de información se enteró de los servicios turísticos?



Elaborado por: El autor

Análisis:

Los medios de información más utilizados son el internet y la televisión, situación que debe ser considerada para poder difundir los servicios que preste el Centro Cultural en San Rafael

#### 3.4.1.4 Perfil del visitante no residente en la zona de influencia del proyecto

De acuerdo a los datos obtenidos en el proceso de cuantificación respecto al flujo de turistas extranjeros, se procedió a obtener información que permita aproximar a determinar el perfil del visitante no residente de la zona. El método a usar es la extrapolación de un dato específico a una estadística general, es decir sobre un universo de ingresos de visitantes a la zona de 74.000 se tomó una

muestra de 383 individuos, con un margen de error del 0,05, con un nivel de confianza de 0,95

**Cuadro Nro. 58**  
**CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL VISITANTE NO RESIDENTE**

<b>DATOS GENERALES</b>	
GRUPO DE EDAD	El grupo mayoritario está en una edad entre los 30 y 55 años, siendo mayoritariamente de sexo masculino.
FRECUENCIA DE VISITA	El 80% visita Otavalo cada año, el 18% trimestralmente y el 2% lo hacen cada mes.
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	En su gran mayoría son universitarios y profesionales (82%)
ESTADO CIVIL	En su gran mayoría son casados (44%) mientras que también existe un porcentaje de solteros bastante interesante (40%)
<b>MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA</b>	
MOTIVO PRINCIPAL	Su principal motivación es la diversión y la recreación, prefiriendo el turismo cultural (72%), seguido por el ecoturismo (20%) y convencional (8%).
LUGAR DE ORIGEN	Un 20% de los entrevistados vienen de EEUU y Francia, 8% de Suiza, un 18% de Colombia, Chile y Brasil y el resto de otros países de Europa, Asia y Latinoamérica.
LUGARES QUE VISITA	El 40% visita el mercado de ponchos, el 14% San Rafael, Peguche el 24% y San Pablo el 14%, son los lugares más visitados del sector.
<b>FORMA DE VIAJE</b>	
ACCESO	El 98% manifiesta que ha sido fácil trasladarse hasta los lugares que ha visitado y el 2% dice que no..
SATISFACCIÓN	El 54% siente satisfecho por los servicios recibidos y un 44% muy satisfecho.
COSTOS DE LOS SERVICIOS	El 86% considera que son accesibles y el 14% dice que son altos.
DESEARÍA QUE SE CREE UN CENTRO CULTURAL EN SAN RAFAEL	El 94% de los encuestados están de acuerdo con la creación del centro cultural en San Rafael y el 6% dice que no.
CON QUE VALOR APORTARÍA PARA SU FINANCIAMIENTO	De 4 a 5 dólares el 42%, el 40% dice poder apoyar con el valor de 1 a 3 dólares y el 18% de 6 a 7 dólares.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	El medio de comunicación que más utilizan es el internet (45%), seguido por televisión (28%) y el resto utiliza los medios restantes.

Elaborado por: El autor

### 3.4.1.5 El consumidor para el proyecto

#### **Cuadro Nro. 59 VISITANTE RESIDENTE**

<i>a. POSEE UNA EDAD PROMEDIO DE 24 A 55 AÑOS.</i>
<i>b. BACHILLERES Y UNIVERSITARIOS.</i>
<i>c. FRECUENCIA DE VISITA ANUAL, TRIMESTRAL, MENSUAL Y SEMANAL.</i>
<i>d. LA MAYORÍA SON CASADOS, EXISTIENDO UN PORCENTAJE SIGNIFICATIVO DE SOLTEROS.</i>
<i>e. PREFIEREN EL TURISMO CULTURAL EN SU MAYORIA Y CONVENCIONAL EN UN PORCENTAJE SIGNIFICATIVO.</i>
<i>f. LOS TURISTAS SON EN SU MAYORIA DE QUITO, GUAYAQUIL Y DE IBARRA.</i>
<i>g. LA MAYORIA VIENE POR VISITAR EL MERCADO DE PONCHOS, SAN RAFAEL, PEGUCHE Y SAN PABLO.</i>
<i>h. NO TIENEN DIFICULTADES DE ACCESO PARA LLEGAR A OTAVALO.</i>
<i>i. LA MAYORÍA CONSIDERA SATISFECHOS Y MUY SATISFECHOS LOS SERVICIOS RECIBIDOS.</i>
<i>j. RESPECTO A LOS COSTOS DE LOS SERVICIOS LA MAYORIA DICE QUE SON ACCESIBLES.</i>
<i>k. TODOS DICEN ESTAR DE ACUERDO CON LA CREACIÓN DEL CENTRO CULTURAL EN SAN RAFAEL.</i>
<i>l. LA MAYORIA DICE APORTAR CON UN VALOR DE 4 A 5 DOLARES, Y DE 1 A 3 DOLARES UN PORCENTAJE CASI SIMILAR PARA SU FINANCIAMIENTO.</i>
<i>k. EL MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE MAS UTILIZAN ES LA TELEVISIÓN, SEGUIDO POR EL INTERNET.</i>

Elaborado por: El autor

#### **Cuadro Nro. 60 VISITANTE NO RESIDENTE**

<i>a. POSEE UNA EDAD PROMEDIO DE 30 A 55 AÑOS.</i>
<i>b. UNIVERSITARIOS Y PROFESIONALES.</i>
<i>c. FRECUENCIA DE VISITA LA MAYORÍA ANUAL Y MENSUAL.</i>
<i>d. LA MAYORÍA SON CASADOS Y UN PORCENTAJE SIGNIFICATIVO DE SOLTEROS.</i>
<i>e. PREFIEREN EL TURISMO CULTURAL, ECOTURISMO Y CONVENCIONAL EN ESE ORDEN DE PREFERENCIA.</i>
<i>f. LA MAYORIA SON DE EEUU Y FRANCIA, SEGUIDO POR TURISTAS DE SUIZA, COLOMBIA, CHILE Y BRASIL.</i>
<i>g. LOS LUGARES QUE MAS VISITAN SON MERCADO DE PONCHOS, PEGUCHE, SAN RAFAEL Y SAN PABLO.</i>
<i>h. CONSIDERAN FACIL ACCESO A LA ZONA DE OTAVALO</i>
<i>i. EN SU MAYORÍA SE SIENTEN SATISFECHOS Y MUY SATISFECHOS POR LOS SERVICIOS RECIBIDOS.</i>
<i>j. EL COSTO DE LOS SERVICIOS CONSIDERAN QUE SON ACCESIBLES Y UN PORCENTAJE MENOR QUE SON ALTOS.</i>
<i>k. LA MAYORIA ESTA DE ACUERDO CON LA CREACIÓN DEL CENTRO CULTURAL EN SAN RAFAEL.</i>
<i>l. APORTARIAN CON TRES TIPOS DE VALORES DE 4 A 5 DOLARES, DE 1 A 3 DOLARES Y UNA MINORIA DE 6 A 7 DOLARES .</i>
<i>m. EL MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE MAS UTILIZAN ES EL INTERNET SEGUIDO POR LA TELEVISION.</i>

Elaborado por: El autor

La demanda se encuentra cubierta por un mercado constituido por visitantes residentes y no residentes que visitan la ciudad de Otavalo, cada una definida con sus propias características respecto a: su frecuencia de visita, preferencia de turismo, capacidad de ingreso, razón de la visita, lugares de origen y lugares que mas frecuentan, así como también el nivel de aceptación en cuanto a la propuesta:

#### DEMANDA ACTUAL

**Cuadro Nro. 61**  
**PORCENTAJE DE TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE OTAVALO**  
**AÑO 2010**

<b>Nro.</b>	<b>TURISTAS</b>	<b>%</b>	<b>TURISTAS</b>	<b>Muestra</b>
1.-	Nacionales	63	200000	126000
2.-	Extranjeros	37	200000	74000
---	<b>TOTALES</b>	<b>100</b>		<b>200000</b>

Fuente: Ilustre Municipio de Otavalo  
Elaborado por: El autor

#### **Cálculo:**

Turistas Nacionales visitan anualmente Otavalo:	126.000
% Preferencia por el turismo cultural (56%)	70.560
<b>TOTAL DEMANDA ACTUAL:</b>	<b>70.560</b>
Turistas Extranjeros visitan anualmente Otavalo:	74.000
% Preferencia por el turismo cultural (72%)	53.280
<b>TOTAL DEMANDA ACTUAL:</b>	<b>53.280</b>

#### **3.4.1.6 Proyección de la demanda**

En vista que no se dispone de datos estadísticos, para proyectar la demanda se tomó como referencia el método de crecimiento exponencial, en donde la tasa de crecimiento turística es de 7,2% información obtenida del Ministerio de Turismo de un diagnóstico del sector turístico nacional e internacional del año 2008. La proyección se la realizó para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto, se ha utilizado este método porque está basado en la situación actual del

mercado, obteniendo así resultados objetivos. La fórmula que se debe aplicar es la siguiente:

$$P_p = P_b(1 + i)^n$$

En donde:

$P_p$  = Población Futura

$P_b$  = Población Inicial

$i$  = Tasa de Crecimiento Anual

$n$  = Año Proyectado

Cálculos: TURISTAS NACIONALES

**Año 2012** = 70.560

**Año 2013**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 70.560 (1 + 0,072)^1$$

$$P_p = 75.640$$

**Año 2014**

$$P_p = 86.924$$

**Año 2015**

$$P_p = 107.083$$

**Año 2016**

$$P_p = 141.416$$

**Cuadro Nro. 62**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TURISTAS NACIONALES**

<b>AÑO</b>	<b>TURISTAS NACIONALES</b>
2012	70.560
2013	75.640
2014	86.924
2015	107.083
2016	141.416

Elaborado por: El autor

Cálculos: TURISTAS EXTRANJEROS

**Año 2012 = 53.280**

**Año 2013**

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

$$P_p = 53.280 (1 + 0,072)^1$$

$$P_p = 57.116$$

**Año 2014**

$$P_p = 65.637$$

**Año 2015**

$$P_p = 80.860$$

**Año 2016**

$$P_p = 106.786$$

**Cuadro Nro. 63**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TURISTAS EXTRANJEROS**

<b>AÑO</b>	<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>
2012	53.280
2013	57.116
2014	65.637
2015	80.860
2016	106.786

Elaborado por: El autor

**Cuadro Nro. 64**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL**

<b>AÑO</b>	<b>TURISTAS NACIONALES</b>	<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>	<b>DEMANDA TOTAL</b>
2012	<b>70.560</b>	<b>53.280</b>	<b>123.840</b>
2013	<b>75.640</b>	<b>57.116</b>	<b>132.756</b>
2014	<b>86.924</b>	<b>65.637</b>	<b>152.561</b>
2015	<b>107.083</b>	<b>80.860</b>	<b>187.943</b>
2016	<b>141.416</b>	<b>106.786</b>	<b>248.202</b>

Elaborado por: El autor

### 3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA (REAL Y POTENCIAL)

#### 3.5.1 Análisis de competencias

Como manifiesta el estudio de mercado, la competencia está constituida por el turismo convencional y el ecoturismo, a pesar de tener preferencia por el turismo cultural, y como éste no existe en la zona de intervención, solamente se cuenta con los turismos anteriormente mencionados como competencia actual

#### 3.5.2 Factores que afectan la oferta

Los factores que inciden en la oferta en el mercado local, de la información obtenida se considera que son los siguientes:

1. La falta de inversión en este tipo de turismo
2. La existencia de otro tipo de turismos

Todo ello ha incidido en una oferta de turismo convencional y de otro tipo de turismo ecológico y ante la falta de nuevas propuestas para el aprovechamiento de los aspectos culturales existentes en la zona de intervención, afectando a nuevas ofertas que vayan dirigidas al mercado nacional e internacional

Para el presente estudio se considerara la no existencia de turismo cultural, y la oferta generada por los sectores turísticos tradicionales de la localidad se

constituyen en competencia de libre mercado, quedando en la preferencia de los consumidores la elección del turismo a elegir para su entretenimiento y diversión

### 3.5.3 Proyección de la oferta

La oferta debida a la carencia de turismo cultural en la localidad y al no contar con datos estadísticos en cuanto a niveles de oferta histórica, se la proyectará en función de la tasa de lugares de visita a los sitios del sector, tomando en cuenta sobre todo la visita a San Rafael que es el sitio donde se implementará la propuestas, y que será el promedio tanto de turistas nacionales como extranjeros y que es del 16%, porcentaje que se tomara de la demanda proyectada, la misma, que se obtuvo en las encuestas realizadas

**Cuadro Nro. 65**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA TOTAL**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE DE PREFERENCIA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>
2012	<b>123.840</b>	<b>16%</b>	<b>19.814</b>
2013	<b>132.756</b>	<b>16%</b>	<b>21.241</b>
2014	<b>152.561</b>	<b>16%</b>	<b>24.410</b>
2015	<b>187.943</b>	<b>16%</b>	<b>30.071</b>
2016	<b>248.202</b>	<b>16%</b>	<b>39.712</b>

Elaborado por: El autor

### 3.6 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS

El turismo cultural va dirigido a turistas nacionales y extranjeros, los mismos que pertenecen a estratos económicos medio y alto, uno de los aspectos que se toma en cuenta para fijar los precios de los servicios turísticos culturales es el valor establecido en las encuestas de acuerdo a las escalas propuestas, donde tanto turistas nacionales y extranjeros en su mayoría están dispuestos a pagar entre 4 y 5 dólares, tomando como base el valor de 5 dólares, ya que se trata de un mercado con ingresos medios y altos, lo que garantiza su capacidad de pago, además tomando en cuenta que la mayoría manifiesta que los costos de este tipo de servicios son accesibles. Precio que será analizado tomando en cuenta los costos

que representen la implementación de la propuesta; A continuación se refleja el precio correspondiente al servicio de turismo cultural

**Cuadro Nro. 66**  
**PRECIO DEL SERVICIO DE TURISMO CULTURAL**

<b>Servicio</b>	<b>Demanda del proyecto</b>	<b>Entrada</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Porcentaje de captación del proyecto</b>	<b>Ingreso del proyecto</b>
Turismo Cultural	19.814	1	5,00	100%	99070
	TOTAL			100%	99070

FUENTE: Investigación de Mercado  
Elaborado por: El autor

El análisis de los flujos de caja muestra las entradas y salidas de efectivo durante la vida útil del proyecto, para el Centro Cultural sus ingresos estarán constituidos por el cobro de ingreso a dicho Centro, mientras que sus salidas estarán formados por el capital de trabajo que permitirá dar sostenibilidad a la propuesta, la inversión inicial obliga a buscar alternativas de financiamiento para la implementación de la propuesta

### 3.7 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO

#### 3.7.1 Estrategia de comercialización del servicio

El Centro Cultural “ESENCIA DE CURACAS” deberá apoyarse en:

\*Los Gobiernos autónomos Descentralizados de la Provincia de Imbabura, Cantón Otavalo y la parroquia de San Rafael

\*Con la Empresa Comunitaria “TOTORA SISA” que apoyará para la divulgación y promoción del centro

\*Con los Ministerios de Coordinación de Patrimonio y de Cultura, quienes en sus programas ya cuentan con rubros para la información y promoción de espacios culturales y patrimoniales

\*Es recomendable aprovechar también a la única operadora de turismo comunitario en la provincia y la sierra norte del Ecuador “Runa Tupari” Cía. Ltda. Esta empresa cuenta con la tecnología de información y comunicación Tics, personal calificado, material publicitario y una excelente ubicación en la ciudad de Otavalo

\*Se realizará ofertas y reservas programas como excursiones, circuitos y paquetes turísticos a nivel local y regional.

\*Se distribuirá mapas de localización y material promocional impreso para distribuir a los turistas tanto en ferias como directamente

La oferta de servicios que la comunidad debe brindar es la siguiente:

- Gastronomía típica de las fiestas del Coraza, los Pendoneros e Inti Raymi,
- Gastronomía y bebidas alternativas
- Observación paisajística del entorno natural
- Fiestas Culturales y bailes típicos, del Coraza, Pendoneros e Inti Raymi
- Agroturismo
- Artesanías
- Música tradicional
- Servicios de transportes

Lo anterior debe complementarse con servicios de proveedores indirectos, los cuales serán aquellos servicios comunitarios, asociados y privados que aprovechen de las externalidades generadas por el Centro Cultural, Esto es necesario porque los turistas buscan una oferta completa en el destino y no solo productos puntuales, además ayudará a marcar la diferencia

### 3.7.2 Estrategia de distribución y publicidad del servicio

Los medios de información y difusión permiten la comunicación y contacto entre todos los actores de la cadena de comercialización. El flujo de información permite establecer los nexos que unen oferta y demanda de los productos y servicios turísticos

Cuando el turista organiza su viaje, a través de un tour operador, el Internet, la televisión se ha determinado en el estudio que son los de mayor acogida sin dejar de lado a las ferias de turismo y las revistas que son los medios que generalmente comunican a los actores de la cadena de comercialización con el consumidor final, también cuando se comunican entre sí, el tour operador de salida, el mayorista receptor y el tour operador local, utilizan las ferias de turismo, revistas, el Internet y sobre todo sus contactos directos. El tour operador local puede contactarse directamente con el turista que organiza su viaje por cuenta propia, a través de las guías de viaje, Internet, ferias de turismo, revistas, artículos especializados, libros, folletos, posters, etc. Cuando el mayorista receptor se comunica directamente con el turista, también se contacta, a través del Internet, las ferias y revistas

Se recomienda promocionar la existencia del proyecto además de las instituciones públicas antes mencionadas a través de la operadora de turismo comunitario Runa Tupari Cía. Ltda., por su estratégica ubicación en la ciudad de Otavalo y que capta el turismo tanto nacional como extranjero que visita la ciudad, como segunda medida, el internet es una eficiente herramienta dado su bajo costo

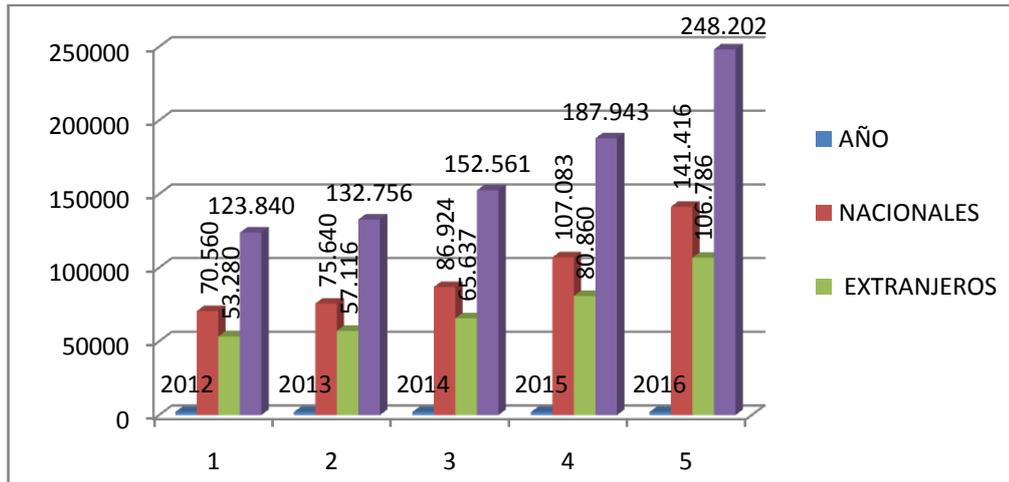
### 3.8 MODELO DE PRONÓSTICO

El modelo aplicado en el cálculo del pronóstico de la oferta y demanda para estimar ingresos y con esto evidenciar la factibilidad económica del proyecto es el Modelo Matemático, se pronostica para 5 años utilizando la fórmula:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

Ya en el tema anterior se desarrolló las operaciones de cálculo que en este punto se grafica para evidenciar la tendencia basada en fuentes de estudio del mercado aplicado en la ciudad de Otavalo

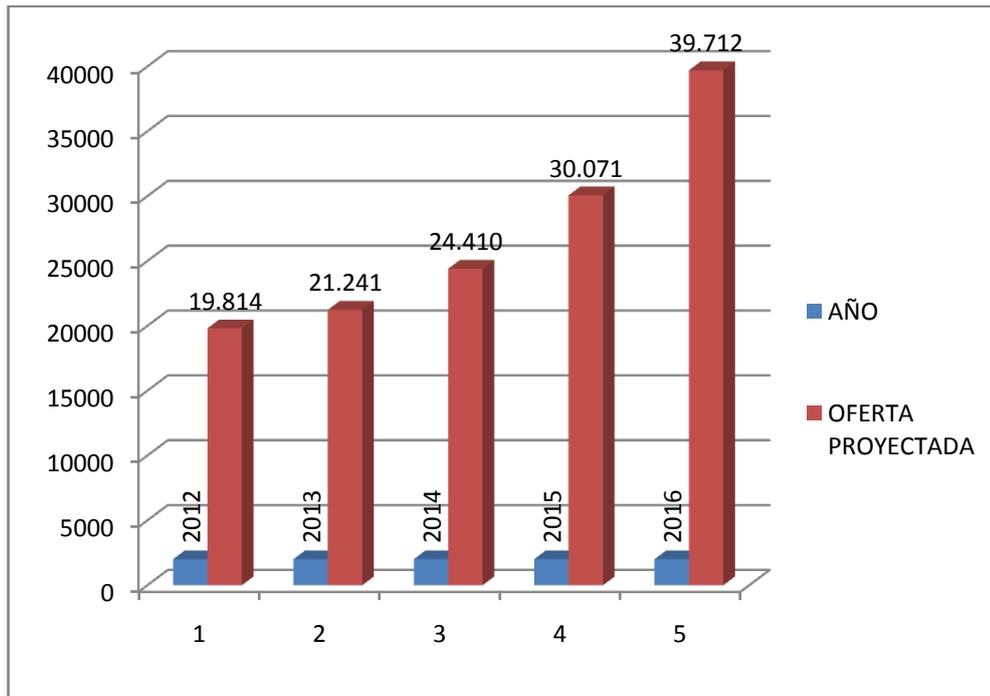
**Gráfico Nro. 51**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL**



Elaborado por: El autor  
Gráfico elaborado del Cuadro Nro. 67

Con base en la demanda estimada y considerando el 16% de preferencia se calcula para los 5 años próximos la proyección de la oferta de igual manera se grafica para ilustración didáctica:

**Gráfico Nro. 52**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA TOTAL**



Elaborado por: El autor  
Gráfico elaborado del Cuadro Nro. 68

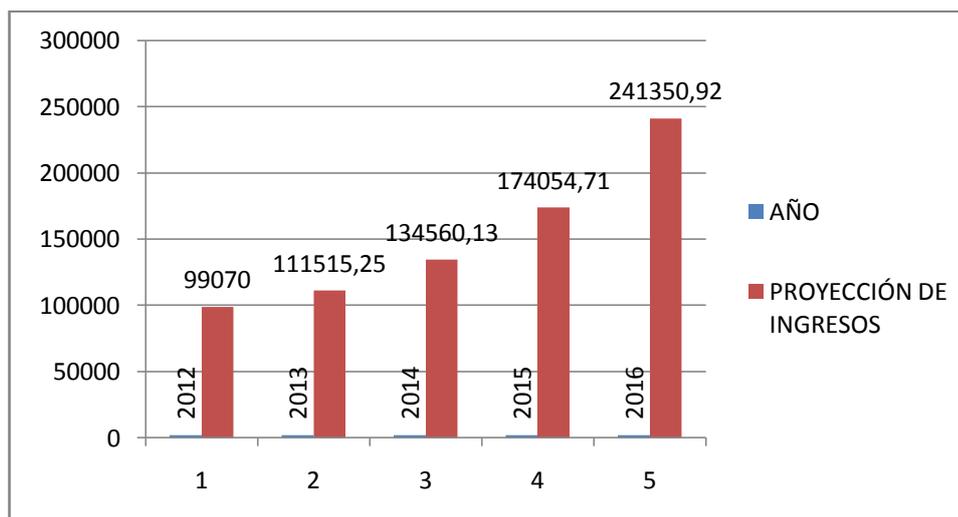
Se considera la proyección de la oferta calculada anteriormente y al precio de referencia 5,00 USD que en el estudio de mercado determino, además considerando el aumento inflacionario del 5% del costo que el cliente está dispuesto a invertir para el funcionamiento del Centro Cultural

**Cuadro Nro. 67**  
**PROYECCIÓN DE INGRESOS**

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>PROYECCIÓN DE INGRESOS</b>
2012	<b>19.814</b>	5	<b>99070</b>
2013	<b>21.241</b>	5,25	<b>111515,25</b>
2014	<b>24.410</b>	5,51	<b>134560,13</b>
2015	<b>30.071</b>	5,79	<b>174054,71</b>
2016	<b>39.712</b>	6,08	<b>241350,92</b>

Elaborado por: El autor

**Gráfico Nro. 53**  
**PROYECCIÓN DE INGRESOS**



Elaborado por: El autor

## CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

\*El Centro Cultural en San Rafael, es una propuesta nueva que diversificará la oferta local y dependerá del manejo y gestión eficiente, ya que existe una preferencia total a la creación del presente proyecto

\*La demanda del servicio es atractiva, si se planea a largo plazo estrategias de penetración para posesionarse en el mercado y absorber no solo la mayor parte de la demanda, sino también aquella que no consume este nuevo tipo de servicio turístico

\*La oferta de turismo cultural existe lo cual podría ser utilizado como aliado estratégico u oportunidad, el turismo convencional y ecoturismo, posee ventajas comparativas y competitivas, que exigen la prestación de un servicio de calidad

\*Una adecuada gestión financiera que logre reducir costos y gastos, logrará que el precio final del servicio sea más competitivo y que se vea reflejado en el flujo de caja, que determinará la estabilidad y el crecimiento de la misma

\*El crecimiento de turistas nacionales y extranjeros al sector, es una fortaleza para la presente propuesta, ya que ello permitirá la participación en este tipo de mercado creciente que garantiza una demanda permanente del servicio con un nivel económico medio y alto

## CAPÍTULO IV

### 4 ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO

#### 4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Refiriéndonos al tema, “Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta”. Para tomar una decisión acertada, se tomó en cuenta ¿qué estamos desarrollando? un “Estudio de factibilidad para la creación de un Centro Cultural en la parroquia de San Rafael de la laguna, del cantón Otavalo, provincia de Imbabura”, en consecuencia se determinó el tamaño de un “centro cultural” como objeto final

En tal virtud el Centro Cultural, Casa de la Cultura o Centro Cultural Comunitario “Este proyecto mostrará al mundo esculturas a escala natural, con atuendos reales, en los sitios mismos donde se realizan las ceremonias”. El Centro Cultural consta de 3 museos considerados en tres etapas: La primera muestra todo lo referente a la fiesta del Coraza; la segunda todo lo referente a la fiesta de los Pendoneros; y la tercera todo lo referente a la fiesta del Inti Raymi (San Juan, las Ramas de Gallos). De tal forma se detalló los personajes más relevantes y se determinó el espacio requerido para cada etapa, a este hay que agregarle el espacio administrativo, de servicios y/o mantenimiento, entre otros. El siguiente cuadro resume los personajes más importantes sustraídos de la información del marco teórico referente a las Importantes Tradiciones en San Rafael de la Laguna y la técnica de la observación aplicada en el diagnóstico situacional de la parroquia

**Cuadro Nro. 68**  
**Personajes de las tres fiestas tradicionales relevantes**

Fiesta: El Coraza	Fiesta: Los Pendoneros	Fiesta: El Inti Raymi, San Juan o La rama
-El Coraza (prioste) -La Mama señora (esposa) -El caballo del Coraza -El paje del Coraza -Primer Yumbo -Esposa del Yumbo 1 -El caballo del yumbo 1 -Segundo Yumbo -Esposa del Yumbo 2 -El caballo del yumbo 2 -El Loa -El caballo del Loa -4 Pifaneros, caja, pingullo, rondador 1, rondador 2 -Un Taita Servicio -Un cuetero (pirotecnia) -6 ayudando la cuerda de monedas 3 a cada lado -12 músicos de la banda con sus instrumentos. -La vestidora del coraza -Urna, San Luis Arcángel -2 cargadores de urna -2 camaretas	-Prioste -Esposa del prioste -Prioste entrante -Esposa del prioste entrante -3 parejas acompañantes (hombres y mujeres) -4 cargadores de urnas -Urna, San Miguel A. -Urna, Virgen del Carmen -4 Pifaneros, caja, pingullo, rondador 1, rondador 2 -12 cargadores de los pendones -12 Banderas o pendones -Cuetero -Servicio -2 camaretas -12 músicos de la banda con sus instrumentos.	-Prioste -Mujer del prioste -2 Cargadores de la urna de San Juan de Padua -Urna de San Juan de P. -2 Cargadores del castillo de la rama -Castillo de la rama -2 Cargadores de la rama de gallos -Rama de gallos -2 Cargadores de la rama de cuyes -Rama de cuyes -4 Flauteros campanilleros -Cuetero -Servicio -4 invitados con disfraz -4 invitados acompañantes -12 músicos de la Banda

Elaborado por: El Autor

Simplificando los personajes, animales o cosas que ocupen un espacio en el lugar de exhibición, como elementos para determinar el tamaño de la planta

**Cuadro Nro. 69**  
**Total de personajes de las tres fiestas**

FIESTA	PERSONAJES	ANIMALES	COSAS
Coraza	37	4	1 urna
Pendoneros	46	----	2 urnas 12 banderas 2 camaretas
San Juan	36	-----	1 urna 1 castillo de la rama 1 rama de gallos 1 rama de cuyes

Elaborado por: El Autor

Para entender el porqué, de las dimensiones del Cuadro 69 el Dr. Clemente Orellana (2005) explica de la Fundación Ecuatoriana de Diabetes,

#### 4.1.1 Primera Etapa

### Cuadro Nro. 70

#### Total de personajes de la fiesta del Coraza

Personaje con implementos del Coraza	Largo m	Ancho m	Total m <sup>2</sup>	Alto m
El Coraza montado a caballo, sosteniendo un paraguas sobre su cabeza	1,42	1,20	1,70	3,145
El paje del Coraza tirando de la cabezada del caballo	0,55	0,55	0,30	1,64
Primer Yumbo montado a caballo	1,42	0,80	1,14	2,24
Segundo Yumbo montado a caballo	1,42	0,80	1,14	2,24
El Loa montado a caballo	1,42	0,80	1,14	2,24
La Mama señora	0,50	0,50	0,25	1,57
Esposa del Yumbo 1	0,50	0,50	0,25	1,57
Esposa del Yumbo 2	0,50	0,50	0,25	1,57
Pifanero de la caja o tambor	0,95	0,55	0,52	1,64
Pifanero del pingullo	0,55	0,55	0,30	1,64
Pifanero del rondador 1	0,55	0,55	0,30	1,64
Pifanero del rondador 2	0,55	0,55	0,30	1,64
Un Taita Servicio con bebida	0,60	0,55	0,33	1,64
Cuetero (pirotecnia), con voladores y truenos	0,70	0,55	0,39	1,64
Ayudante 1de la cuerda de monedas (hombre sin carga)	0,55	0,55	0,30	1,64
Ayudante 2de la cuerda de monedas (hombre sin carga)	0,55	0,55	0,30	1,64
Ayudante 3de la cuerda de monedas (hombre sin carga)	0,55	0,55	0,30	1,64
Ayudante 4de la cuerda de monedas (mujer con carga)	0,80	0,50	0,40	1,57
Ayudante 5de la cuerda de monedas (mujer con carga)	0,80	0,50	0,40	1,57
Ayudante 6de la cuerda de monedas (mujer con carga)	0,80	0,50	0,40	1,57
Cargadores con la urna imagen de San Luis	1,70	0,70	1,19	2,20
La vestidora del coraza con maleta	0,80	0,50	0,40	1,57
Cargador 1 con su Camareta	0,55	0,55	0,30	2,50
Cargador 2 con su Camareta	0,55	0,55	0,30	2,50
Músico 1 de la banda con saxo	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 2 de la banda con saxo	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 3 de la banda con clarinete	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 4 de la banda con clarinete	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 5 de la banda con trompeta	1,00	0,55	0,55	1,64
Músico 6 de la banda con trompeta	1,00	0,55	0,55	1,64
Músico 7 de la banda con platillos	1,00	0,55	0,55	1,64
Músico 8 de la banda con bombo	1,50	0,55	0,83	1,64
Músico 9 de la banda con tambor	0,90	0,55	0,50	1,64
Músico 10 de la banda con barítono	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 11 de la banda con trombón	1,20	0,55	0,66	1,64
Músico 12 de la banda con bajo (tuba)	0,80	0,55	0,44	2,40
<b>Total espacio necesitado</b>	<b>30,18</b>	<b>21</b>	<b>633,78</b>	<b>3,145</b>

Elaborado por: El Autor

Los resultados arrojados en el Cuadro 70, del coraza se interpreta, en la altura de “3,145m” es la mínima que debe ser considerada para el techo, sin olvidar que los otros objetos o personajes son de menor altura por ende abarca tales dimensiones, pero si se agrega un espacio de 1m para manipulación, ventilación y luminosidad de las artes quedaría en 4,145m como altura ideal del techo. De largo 30,18m y de ancho 21m, significa que como mínimo necesitamos un espacio de 633,78m<sup>2</sup>, sin tomar en cuenta los espacios para el tránsito peatonal, manipulación de mantenimiento y exhibición

Religiosamente se enlistó todos los materiales y materias primas a utilizarse para determinar el espacio que representa en la infraestructura y se lo aplicó en las tres etapas del estudio. Para determinar las dimensiones exactas se tomó en cuenta la forma en que los personajes ocupan el espacio con sus artículos complementarios (ver anexo 30, 32), esta ilustración de (boceto del pase del coraza), ayuda a determinar los espacios de movilidad con inclusión, que el Equipo de Accesibilidad sugiere “en todo edificio público, privado de acceso público y/o de viviendas colectivas, la entrada deberá permitir el ingreso de personas discapacitadas que utilicen sillas de ruedas, estableciéndose la dimensión mínima de las puertas y entradas en 0,90m libres”

Para entender la gráfica del anexo se propone una nomenclatura

**Cuadro Nro. 71**  
**Ubicación de los personajes de la Fiesta del Coraza 1ra etapa**

- NOMENCLATURA**
- Coraza, Yumbos y Loa ●
  - Esposas de Coraza y de Yumbos ●
  - Caballos ●
  - Pifaneros ●
  - Servicio, cuetero, camaretas, el Paje ●
  - Portadores de cuerda de monedas ●
  - Vestidora ●
  - Banda de músicos ●
  - Cadena de plata o monedas .....
  - Cargadores de urna ●
  - Urna de San Luis Arcángel —■—
  - Espacio que ocupan personajes y objetos ■
  - Línea de marco para exhibición —

Elaborado por: El Autor

Así se ordena el cuadro de acuerdo al anexo para determinar dimensiones, se toma en cuenta de izquierda a derecha en las posibles alineaciones de ubicación y la numeración de los espacios que estos ocupan

**Cuadro Nro. 72**  
**Personaje con implementos 1ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
1 Músico 10 de la banda con barítono	0,7	0,55
2 Músico 11 de la banda con trombón	1,2	0,55
3 Músico 12 de la banda con bajo (tuba)	0,8	0,55

Elaborado por: El Autor

Se explica el Cuadro 72, estos tres personajes van completamente alineados, por lo tanto el largo prevalece la de mayor dimensión “1,2m”, se suma los 0,90m de accesibilidad “**2,10m**” de largo; de ancho cada personaje tiene 0,55m a esto se suma 0,90m de accesibilidad de la pared al personaje, de personaje a personaje 2 veces y nuevamente a la pared; da como respuesta “**5,25m**” de ancho

**Cuadro Nro. 73**  
**Personaje con implementos 1ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
4 Músico 7 de la banda con platillos	1	0,55
5 Músico 8 de la banda con bombo	1,5	0,55
6 Músico 9 de la banda con tambor	0,9	0,55

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 73, de igual forma estos tres personajes vienen alineados, por lo tanto prevalece la mayor dimensión de largo 1,5m a esto suma los 0,90m de accesibilidad, partiendo de la máxima dimensión anterior, queda como largo de este cuadro en “**2,40m**”; el ancho de cada uno de los personajes promedio es de 0,55m suman los 0,90m de accesibilidad desde la pared al personaje, de personaje a personaje 2 veces y de personaje a la pared, da un total de “**5,25m**” de ancho

**Cuadro Nro. 74**  
**Personaje con implementos 1ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
7 Músico 4 de la banda con clarinete	0,7	0,55
8 Músico 5 de la banda con trompeta	1	0,55
9 Músico 6 de la banda con trompeta	1	0,55

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 74, al igual que los dos anteriores van alineados por lo tanto prevalece la dimensión más alta 1m, a esto se suma 0,90m de accesibilidad da como largo “**1,90m**”; el ancho se coincide con los resultados anteriores en “**5,25m**”

#### **Cuadro Nro. 75**

##### **Personaje con implementos 1ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
10 Músico 1 de la banda con saxo	0,7	0,55
11 Músico 2 de la banda con saxo	0,7	0,55
12 Músico 3 de la banda con clarinete	0,7	0,55

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 75, de largo tienen una misma medida por tanto queda 0,7m se le agrega los 0,90m de accesibilidad queda en “**1,60m**” de largo; en el ancho se iguala a la anterior su resultado es “**5,25m**” de ancho

#### **Cuadro Nro. 76**

##### **Personaje con implementos 1ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
13 El Coraza montado a caballo, sosteniendo un paraguas sobre su cabeza	1,42	1,2
14 El Loa montado a caballo	1,42	0,8
15 La vestidora del coraza con maleta	0,8	0,5

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 76, como los casos anteriores los 3 personajes están alineados de manera que la medida se toma 1,42m, a esto suma los 0,90m dando un total de “**2,32m**” de largo; el ancho cada uno son diferentes pero la accesibilidad es la misma da un total de “**6,10m**” de ancho, el coraza es el eje central de la fiesta de manera que los anteriores personajes se centran al coraza

#### **Cuadro Nro. 77**

##### **Personaje con implementos 1ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
16 El paje del Coraza tirando de la cabezada del caballo	0,55	0,55

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 77, este personaje es el único que va a corta distancia del caballo del coraza, es el que tiene la mano en la cabezada o del freno, se promedia a “**0,40m**” lo que el brazo podría alcanzar de una persona de 1,64m de estatura, a esto se

agrega los 0,55m de largo llega a “**0,95m**”, el ancho no tiene relevancia porque se agrega al Cuadro 80, como parte de ella

### Cuadro Nro. 78

#### Personaje con implementos 1ra etapa

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
17 Ayudante 1 de la cuerda de monedas (hombre sin carga)	0,55	0,55
18 Ayudante 4 de la cuerda de monedas (mujer con carga)	0,8	0,5
19 La Mama señora	0,5	0,5
20 Esposa del Yumbo 1	0,5	0,5
21 Esposa del Yumbo 2	0,5	0,5

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 78, los 5 personajes van de algún modo alineados, un tanto retrasados el ayudante 1 y el cuatro ubicados a cada extremo como se muestra en la gráfica del (anexo 30), para el largo se tomó en cuenta a los tres personajes del centro que si van alineados, entonces a 0,50m le agregamos los 0,90m queda en “**1,40m**” de largo; el ancho con la accesibilidad queda en “**7,95m**” de pared a pared

### Cuadro Nro. 79

#### Personaje con implementos 1ra etapa

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
22 Ayudante 5de la cuerda de monedas (mujer con carga)	0,8	0,5
23 Ayudante 2de la cuerda de monedas (hombre sin carga)	0,55	0,55
24 Dos Cargadores con la urna e imagen de San Luis	1,7	0,7

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 79, los ayudantes de la cuerda de monadas prácticamente van enmarcando a los personajes, de manera que estos tres van alineados, se procede a tomar la mayor dimensión 1,70m mas los 0,90m de accesibilidad da “**2,60m**” de largo; el ancho se mantiene la del Cuadro 77, “**7,95m**”

### Cuadro Nro. 80

#### Personaje con implementos 1ra etapa

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
25 Pifanero de la caja o tambor	0,95	0,55
26 Pifanero del pingullo	0,55	0,55
27 Pifanero del rondador 1	0,55	0,55
28 Pifanero del rondador 2	0,55	0,55

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 80, los cuatro personajes vienen alineados de manera que la mayor dimensión es de 0,95m y sumado los 0,90m da un total de **“1,85m”** de largo; el ancho se acoge a los dos cuadros anteriores **“7,95m”** porque están dentro de la cuerda con monedas

**Cuadro Nro. 81**  
**Personaje con implementos 1ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
29 Ayudante 6 de la cuerda de monedas (mujer con carga)	0,8	0,5
30 Ayudante 3 de la cuerda de monedas (hombre sin carga)	0,55	0,55
31 Un Taita Servicio con bebida	0,6	0,55

Elaborado por: El Autor

En el Cuadro 81, los ayudantes 3 y 6 vienen retrasados por lo tanto se tomará la dimensión del Taita servicio **“0,55m”** mas 0,90m de la accesibilidad queda **“1,45m”** de largo; el ancho se adaptan a la medida anterior **“7,95m”**

**Cuadro Nro. 82**  
**Personaje con implementos 1ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
32 Primer Yumbo montado a caballo	1,42	0,8
33 Cargador 1 con su Camareta	0,55	0,55
34 Cuetero (pirotecnia), con voladores y truenos	0,7	0,55
35 Cargador 2 con su Camareta	0,55	0,55
36 Segundo Yumbo montado a caballo	1,42	0,8

Elaborado por: El Autor

En el Cuadro 82, los dos personajes a caballo en cada extremo sostienen la cadena o cuerda de monedas de manera que los otros personajes se alían o incluyen de manera que 1,42m mas 0,90m de accesibilidad de personajes y 0,90m en relación a la pared queda **“3,22m”** de largo; el ancho el cuetero está más adelantado y los cargadores de las camaretas al inicio de la figura del caballo, por cuanto se lo toma en cuenta los anchos de los cuatro personajes con la respectiva accesibilidad **“7,2m”** que sería de ancho

**Cuadro Nro. 83**  
**Dimensión total de Personajes con implementos 1ra etapa**

MATRIZ	LARGO	ANCHO
074	2,10	5,25
075	2,40	5,25
076	1,90	5,25
077	1,60	5,25
078	2,32	6,10
079	0,95	0,55
080	1,40	7,95
081	2,60	7,95
082	1,85	7,95
083	1,45	7,95
084	3,22	7,20
<b>TOTAL</b>	<b>21,79</b>	<b>7,95</b>

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 83, indica que se necesita 21,79m de largo y 7,95m de ancho como mínimo de construcción en la parte interna donde se exhiban los personajes del Coraza. Se agrega 1m; por Accesibilidad, entonces se agrega 0,50m al contorno de la pasada, tomando en cuenta que al inicio se dejó 0,90m se completaría los 1,40m requeridos, quedando como resultado final de la exhibición **22,79m** de largo, **8,95m** de ancho y **4,145m** de alto

Se considera que es un edificio con acceso al público lo cual debe tener:

*Espacio Administrativo.-* La empresa necesita de un gerente administrativo luego del directorio o accionistas, en este punto el gerente se ubicará en esta primera etapa como centro e inicio estratégico administrativo, no requiere de mayor espacio que entre su escritorio, computador y unos dos archivadores de inicio, unas tres a 5 sillas, analizando todo esto se calcula un espacio aproximadamente de 4m x 4m; Se agrega el espacio de secretaría y contabilidad, para lo cual se sigue la sugerencia técnica arquitectónica (ver anexo 36), los cual recomienda sus medidas estándares para las personas que se ubicaran en la etapa

*Informativo y de atención.-* Se requiere de un espacio que brinde información, y cobre las estradas de ser el caso, en este espacio se ocupara escritorio, computador, archivador, caja registradora, este deberá estar ubicada a la entrada del museo y se tomo en cuenta la accesibilidad del trabajador

*Almacén* (biblioteca, hemeroteca todo lo concerniente a la Fiesta del Coraza, “música, historia, poesías, textos, fotografías, entre otros” para exponer y ofrecer a los visitantes).- Requerimos de un espacio donde puedan sentarse a investigar, estudiar o comprar artículos referentes a la Fiesta expuesta

*Un espacio para bodega, y artículos de mantenimiento.*- Que entre lo básico un anaquel, implementos de aseo, un estante con pinturas, brochas, pegantes, entre otras, que el personal de mantenimiento interno o externo tendrá que ocupar

*Baterías sanitarias o baños.*- El equipo de accesibilidad menciona que en un edificio con acceso al público debe contener servicios higiénicos, con la accesibilidad incluyente, por tal motivo se dota de un espacio para dos baños uno para cada planta y compartido en género, para ilustración general se representa en el (anexo 31), en la cual incluye sus dimensiones

*Sala de sesiones, charlas y mirador.*- este espacio se considera ya que los visitantes requieren de charlas para ampliar conocimientos, al igual que es ideal observar panorámicamente de la parte alta para disfrutar el atractivo, el directorio, los trabajadores y capacitadores requerirán de un espacio considerable el cual contiene los planos en la segunda planta anexo 36, a la vez se optimiza la infraestructura recordando que el sitio de exhibición debe tener 4,145 de alto como mínimo (ver anexo 32)

Para ilustración general de la planta, como datos finales destinamos **26,80m** de largo, de ancho **14,00m** no incluyendo la vereda de entrada, y de alto **5,60m** datos “mínimos de construcción la primera planta, detallados en el anexo 36”.

#### 4.1.2 Segunda Etapa

Los personajes con sus implementos, atuendos o instrumentos en la fiesta de los Pendoneros se analizan las dimensiones en el siguiente cuadro

## Cuadro Nro. 84

### Personajes con implementos de la 2da Etapa

Fiesta: Los Pendoneros	Largo m	Ancho m	Total m <sup>2</sup>	Alto m
Prioste con vela decorada	0,55	0,55	0,30	1,64
Esposa del prioste con vela decorada	0,50	0,50	0,25	1,57
Prioste entrante con vela decorada	0,55	0,55	0,30	1,64
Esposa del prioste entrante con vela decorada	0,50	0,50	0,25	1,57
Acompañante 1 Hombre	0,55	0,55	0,30	1,64
Acompañante 2 Mujer	0,80	0,50	0,40	1,57
Acompañante 3 Hombre	0,55	0,55	0,30	1,64
Acompañante 4 Mujer	0,80	0,50	0,40	1,57
Acompañante 5 Hombre	0,55	0,55	0,30	1,64
Acompañante 6 Mujer	0,80	0,50	0,40	1,57
Cargador 1 y 2 de la urna San Luis	1,70	0,70	1,19	2,20
Cargador 1 y 2 de la urna Virgen del Carmen	1,70	0,70	1,19	2,20
Pifanero de la caja o tambor	0,95	0,55	0,52	1,64
Pifanero del pingullo	0,55	0,55	0,30	1,64
Pifanero del rondador 1	0,55	0,55	0,30	1,64
Pifanero del rondador 2	0,55	0,55	0,30	1,64
Cargador 1 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 2 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 3 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 4 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 5 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 6 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 7 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 8 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 9 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 10 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 11 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cargador 12 con el pendón (bandera)	0,55	0,55	0,30	4,50
Cuetero (pirotecnia), con voladores y truenos	0,70	0,55	0,39	1,64
Un Taita Servicio con bebida	0,60	0,55	0,33	1,64
Cargador con camareta 1	0,55	0,55	0,30	2,50
Cargador con camareta 2	0,55	0,55	0,30	2,50
Músico 1 de la banda con saxo	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 2 de la banda con saxo	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 3 de la banda con clarinete	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 4 de la banda con clarinete	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 5 de la banda con trompeta	1,00	0,55	0,55	1,64
Músico 6 de la banda con trompeta	1,00	0,55	0,55	1,64
Músico 7 de la banda con platillos	1,00	0,55	0,55	1,64
Músico 8 de la banda con bombo	1,50	0,55	0,83	1,64
Músico 9 de la banda con tambor	0,90	0,55	0,50	1,64
Músico 10 de la banda con barítono	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 11 de la banda con trombón	1,20	0,55	0,66	1,64
Músico 12 de la banda con bajo (tuba)	0,80	0,55	0,44	2,40
<b>TOTAL</b>	<b>32,05</b>	<b>24,25</b>	<b>777,21</b>	<b>4,50</b>

**Elaborado por: Autor**

Para ampliar detalles la ilustración gráfica del anexo 33 y la nomenclatura del cuadro 85 ayuda:

### Cuadro Nro. 85

#### Nomenclatura para interpretar ubicación de los personajes de la 2da Etapa

##### NOMENCLATURA

- Prioste y esposa ●
- Prioste entrante y esposa ●
- Pendoneros (porta banderas) ●
- Banderas (Pendón) >
- Pifaneros ●
- Servicio, cuetero, 2 con camaretas ●
- Invitados 3 parejas (hombre- mujer) ●
- Banda de músicos ●
- Cargadores de urnas (San Miguel-Virgen) ●
- Urnas de San Luis A. y Virgen del Carmen ■
- Espacio que ocupan personajes y objetos ■

Elaborado por: El Autor

En el anexo se graficó simbólicamente la fiesta de los Pendoneros caminando a la Capilla, con su respectiva nomenclatura del cuadro 85 para entender este, lo cual ayuda a determinar los espacios que ocuparan todos los personajes de la fiesta en dicha representación, se colocó a los personajes por afinidad para determinar las dimensiones; Los personajes de la banda por similares características se adaptan a las de la primera etapa

### Cuadro Nro. 86

#### Personaje con implementos 2da etapa

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
13 Acompañante 1 Hombre	0,55	0,55
14 Acompañante 2 Mujer	0,80	0,50
15 Acompañante 3 Hombre	0,55	0,55
16 Acompañante 4 Mujer	0,80	0,50

Elaborado por: El Autor

En el Cuadro 86, el largo prevalece la mayor dimensión 0,80m se agrega la accesibilidad 0,90m queda “**1,70m**”; el ancho hay 4 personajes más la accesibilidad por cada uno da un total de “**6,6m**” de ancho. Los personajes **17** y **18** se encuentran alineados con las urnas

### Cuadro Nro. 87

#### Personaje con implementos 2da etapa

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
19 Prioste con vela decorada	0,55	0,55
20 Esposa del prioste con vela decorada	0,50	0,50
21 Prioste entrante con vela decorada	0,55	0,55
22 Esposa del prioste entrante con vela decorada	0,50	0,50

Elaborado por: Autor

En el Cuadro 87, los cuatro personajes portan una vela decorada, tienen una alineación arqueada los dos de los extremos un tanto adelantados, pero la dimensión prevalece la más larga 0,55m mas la accesibilidad de 0,90m da “**1,45m**” y de ancho sumando la accesibilidad por cada uno da “**6,6m**”

**Cuadro Nro. 88**  
**Personaje con implementos 2da etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
17 Acompañante 5 Hombre	0,55	0,55
18 Acompañante 6 Mujer	0,80	0,50
23 Cargador 1 y 2 de la urna San Luis	1,70	0,70
24 Un Taita Servicio con bebida	0,60	0,55
25 Cargador 1 y 2 de la urna Virgen del Carmen	1,70	0,70

Elaborado por: El Autor

En el Cuadro 88, los 4 personajes van cargados las urnas, las urnas se colocan paralelas, a sus costados se encuentran los acompañantes **17 y 18**, el servicio en el medio de las urnas, de tal forma el largo prevalece 1,70m y 0,90m queda “**2,60m**” de largo total; el ancho sumando todo con la accesibilidad da “**8,4m**”

**Cuadro Nro. 89**  
**Personaje con implementos 2da etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
26 Pifanero de la caja o tambor	0,95	0,55
27 Pifanero del pingullo	0,55	0,55
28 Pifanero del rondador 1	0,55	0,55
29 Pifanero del rondador 2	0,55	0,55

Elaborado por: El Autor

En el Cuadro 89, los cuatro personajes van alineados por lo tanto prevalecen 0,95m y la accesibilidad 0,90m igual “**1,85m**” de largo; de ancho “**6,7m**” en total

**Cuadro Nro. 90**  
**Personaje con implementos 2da etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
30 Cargador con camareta 1	0,55	0,55
31 Cuetero (pirotecnia), con voladores y truenos	0,70	0,55
32 Cargador con camareta 2	0,55	0,55

Elaborado por: El Autor

Explicando el Cuadro 90, los tres personajes se encuentran alineados prevalece 0,70m + 0,90m de personaje a personaje y 0,90m de la pared = “**2,25m**” de largo; de ancho se adhieren al cuadro 91 “**6,7m**” ya que es inferior el ancho

### Cuadro Nro. 91

#### Personaje con implementos 2da etapa

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
33 Cargador 1 con el pendón (bandera)	0,55	0,55

Elaborado por: El Autor

Explicando el Cuadro 91, este personaje se encuentra prácticamente alineado con la banda (10,11 y 12), de tal forma el largo prevalece, pero el ancho sumaría  $0,55m + 0,90m = 1,45m + 5,25m = \text{“6,7m”}$  de ancho

### Cuadro Nro. 92

#### Personaje con implementos 2da etapa

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
34 Cargador 2 con el pendón (bandera)	0,55	0,55

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 92, el largo no se encuentra afectando a las dimensiones ya que se encuentra entre los espacios 13 y 19; pero el ancho si afecta de 6,6m hay que agregarle la accesibilidad y el personaje 1,45m sumando =  $\text{“8,8m”}$  de ancho

### Cuadro Nro. 93

#### Personaje con implementos 2da etapa

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
35 Cargador 3 con el pendón (bandera)	0,55	0,55
36 Cargador 4 con el pendón (bandera)	0,55	0,55
37 Cargador 5 con el pendón (bandera)	0,55	0,55
38 Cargador 6 con el pendón (bandera)	0,55	0,55

Elaborado por: El Autor

Analizando el Cuadro 93, los cuatro personajes se los mira atravesando la procesión, de manera que incide en el aumento del largo 0,55m mas la accesibilidad  $\text{“1,45m”}$ , en el ancho se encuentran repartidos proporcionalmente en el ancho arrojado por el cuadro anterior por ende se incluye a los  $\text{“8,8m”}$

### Cuadro Nro. 94

#### Personaje con implementos 2da etapa

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
39 Cargador 7 con el pendón (bandera)	0,55	0,55

Elaborado por: El Autor

En el Cuadro 94, este personaje se encuentra ubicado en medio de los espacios 18 y 29, por ende no afecta el largo, pero de ancho afecta porque se encuentra pasado con el espesor del personaje entonces  $8,8m + 0,55m = \mathbf{9,35m}$  de ancho

**Cuadro Nro. 95**  
**Personaje con implementos 2da etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
40 Cargador 8 con el pendón (bandera)	0,55	0,55
41 Cargador 9 con el pendón (bandera)	0,55	0,55
42 Cargador 10 con el pendón (bandera)	0,55	0,55
43 Cargador 11 con el pendón (bandera)	0,55	0,55
44 Cargador 12 con el pendón (bandera)	0,55	0,55

Elaborado por: El Autor

Explicando el Cuadro 95, de largo prácticamente afecta ya que atraviesa la procesión nuevamente casi en columna los 5, se suma  $0,55 + 0,90 = \mathbf{1,45m}$  de largo; de ancho se reparten proporcionalmente de  $\mathbf{9,35m}$ , ya que en el anexo33 muestra una secuencia de los Pendoneros con banderas;

Lo analizado se resume en el siguiente cuadro:

**Cuadro Nro. 96**  
**Total de dimensiones de personaje con implementos 2da etapa**

Matriz	Largo m	Ancho m
074	2,1	5,25
075	2,4	5,25
076	1,9	5,25
077	1,6	5,25
088	1,7	6,6
089	1,45	6,6
090	2,60	8,40
091	1,85	6,70
092	2,25	6,70
093	----	6,70
094	----	8,80
095	1,45	8,80
096	----	9,35
097	1,45	9,35
TOTAL	20,75	9,35

Elaborado por: El Autor

Los resultados del Cuadro 96, muestran el largo y ancho mínimo que resulta de la operación pero le agregamos la sugerencia del pasillo o hall sea con la movilidad de dos personas entonces quedaría  $20,75 + 1 = \mathbf{21,75m}$  de largo; y  $9,35 + 1 = \mathbf{10,35m}$  de ancho, lejos de tomar en cuenta los otros aspectos

*Espacio Administrativo.-* Ya no se considera de forma completa en esta etapa porque ya dispone de un lugar estratégico en la primera etapa o museo del “Coraza”, pero es importante un espacio para el administrador del museo de la segunda etapa o de los Pendoneros; de igual manera se requiere de espacios para:

*Informativo y de atención; Almacén* (biblioteca, hemeroteca todo lo concerniente a la Fiesta de los Pendoneros, “música, historia, poesías, textos, fotografías, entre otros” para exponer y ofrecer a los visitantes); *Un espacio para bodega*, y artículos de mantenimiento; *Baterías sanitarias o baños; Sala de sesiones, charlas y mirador*; los cuales faciliten su operatividad

Para ilustración general la recomendación técnica arquitectónica que se representa en el (anexo 37), en el cual incluye todos los espacios mencionados anteriormente. En resumen a esta etapa de la fiesta de los Pendoneros siguiendo las recomendaciones técnicas deben tener un espacio mínimo en largo de **26,80m** y en el ancho de **14,00m** y le agregamos al ancho la vereda de entrada de 1,40m quedando un ancho total de **15,40m**, por último el alto de **5,60m**

#### 4.1.3 Tercera Etapa

Los personajes con sus implementos, atuendos o instrumentos en la fiesta del Inti Raymi (San Juan o Rama de Gallos) se analizan en el siguiente cuadro

**Cuadro Nro. 97**  
**Total de personajes “Inti Raymi” con implementos 3ra etapa**

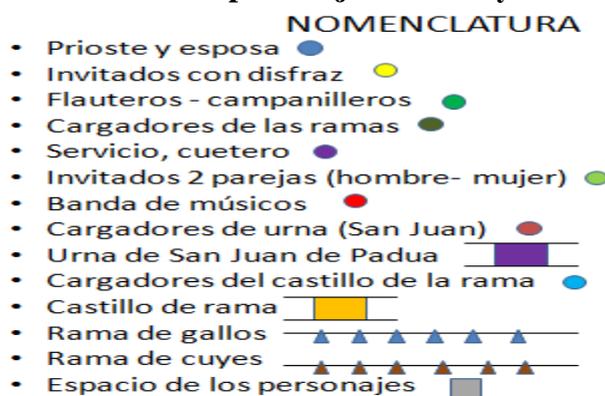
Fiesta: Inti Raymi- la Rama de Gallos	Largo m	Ancho m	Total m <sup>2</sup>	Alto m
-Prioste	0,55	0,55	0,30	1,64
-Mujer del prioste	0,50	0,50	0,25	1,57
-2 Cargadores con la urna de San Juan de Padua	1,70	0,70	1,19	2,20
-2 Cargadores con el castillo de la rama	1,70	0,70	1,19	2,20
-2 Cargadores con la rama de gallos	3,00	0,55	1,65	1,64
-2 Cargadores con la rama de cuyes	3,00	0,55	1,65	1,64
Flautero 1 con campanillas	0,80	0,80	0,64	1,64
Flautero 2 con campanillas	0,80	0,80	0,64	1,64
Flautero 3 con campanillas	0,80	0,80	0,64	1,64
Flautero 4 con campanillas	0,80	0,80	0,64	1,64
Cuetero (pirotecnia), con voladores y truenos	0,70	0,55	0,39	1,64
Un Taita Servicio con bebida	0,60	0,55	0,33	1,64
Invitado 1 con disfraz (haya huma)	0,55	0,55	0,25	1,70

Invitado 2 con disfraz (haya huma 2)	0,55	0,55	0,25	1,70
Invitado 1 con disfraz (militar)	0,80	0,55	0,44	1,64
Invitado 1 con disfraz (policía)	0,55	0,55	0,25	1,64
Invitado 1 acompañante (hombre)	0,55	0,55	0,30	1,64
Invitado 2 acompañante (mujer)	0,80	0,50	0,40	1,57
Invitado 3 acompañante (hombre)	0,55	0,55	0,30	1,64
Invitado 4 acompañante (mujer)	0,80	0,50	0,40	1,57
Músico 1 de la banda con saxo	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 2 de la banda con saxo	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 3 de la banda con clarinete	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 4 de la banda con clarinete	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 5 de la banda con trompeta	1,00	0,55	0,55	1,64
Músico 6 de la banda con trompeta	1,00	0,55	0,55	1,64
Músico 7 de la banda con platillos	1,00	0,55	0,55	1,64
Músico 8 de la banda con bombo	1,50	0,55	0,83	1,64
Músico 9 de la banda con tambor	0,90	0,55	0,50	1,64
Músico 10 de la banda con barítono	0,70	0,55	0,39	1,64
Músico 11 de la banda con trombón	1,20	0,55	0,66	1,64
Músico 12 de la banda con bajo (tuba)	0,80	0,55	0,44	2,40
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>18,75</b>	<b>581,25</b>	<b>2,40</b>

Elaborado por: El Autor

En el Cuadro 97, la altura referencial es la parte más alta, ella abarca a todas las anteriores y es punto de partida 2,40m, se agrega 1m de luminosidad, o manipulación quedaría en “**3,40m**” de alto como mínimo para la representación. Para continuar la explicación con apoyo en el gráfico del anexo 34 y en el cuadro 100 que es la nomenclatura para descifrar la gráfica:

**Cuadro Nro. 98**  
**Nomenclatura de ubicación de personajes “Inti Raymi” con implementos**



Elaborado por: El Autor

El gráfico del anexo 34, muestra simbólicamente la representación de la fiesta de la rama de gallos en el museo en exhibición a demás indica el espacio que ocupan

los personajes en la exposición para el análisis posterior; La banda de músicos tiene iguales características que la primera y segunda etapa por tal consideramos dichas dimensiones, se continúa con los otros personajes

**Cuadro Nro. 99**  
**Personajes con implementos 3ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
13, 14 dos Cargadores con la rama de gallos	3,00	0,55
15, 16 dos Cargadores con la rama de cuyes	3,00	0,55

Elaborado por: El Autor

En el Cuadro 99, estos cuatro personajes van paralelos de manera que el largo de cada madero de las ramas mide 3m y los 0,90m de accesibilidad da “**3,9m**” de largo; el ancho hay que tomar en cuenta en la gráfica entre los espacios 13 y 15 hay otros tres espacios 17, 18 y 19, por lo tanto se tomó en cuenta estas dimensiones y la accesibilidad entre personajes y dio “**8,25m**” de ancho

**Cuadro Nro. 100**  
**Personajes con implementos 3ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
17 Invitado 1 acompañante (hombre)	0,55	0,55
18 dos Cargadores con la urna de San Juan de Padua	1,70	0,70
19 Invitado 2 acompañante (mujer)	0,80	0,50
20 Invitado 4 acompañante (mujer)	0,80	0,50
21 Invitado 3 acompañante (hombre)	0,55	0,55
22 Invitado 1 con disfraz (policía)	0,55	0,55
23 Un Taita Servicio con bebida	0,60	0,55
24 Invitado 1 con disfraz (militar)	0,80	0,55

Elaborado por: El Autor

En el Cuadro 100, como se venido trabajando la dimensión más alta para tomar referencia a los que le incluyen por lo tanto en la gráfica están en columna los espacios 17, 20 y 22; junto a ellos 18 y 23; junto a ellos 19, 21 24; por lo tanto sumamos el largo y agregamos la accesibilidad da 3,9m partiendo del recto de las ramas. De tal forma a los 3,9m de las ramas hay que agregar los “**0,90m**” para ubicar adecuadamente a los personajes en el largo; En el ancho automáticamente se incluye a la dimensión que impuso las ramas ya que todos los personajes van entre ellas

**Cuadro Nro. 101**  
**Personajes con implementos 3ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
25 Invitado 1 con disfraz (haya huma)	0,55	0,55
26 Prioste	0,55	0,55
27 Mujer del prioste	0,50	0,50
28 Invitado 2 con disfraz (haya huma 2)	0,55	0,55

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 101, se tomó en cuenta la mayor dimensión 0,55m mas la accesibilidad 0,90m = **“1,45m”** de largo; el ancho sumando el total da **“6,6m”** con la accesibilidad

**Cuadro Nro. 102**  
**Personajes con implementos 3ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
29 dos Cargadores con la urna de San Juan de Padua	1,70	0,70

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 102, de largo 1,70m agregamos los 0,90m = **“2,60m”** el ancho no hay necesidad de calcularlo se adhiere al anterior

**Cuadro Nro. 103**  
**Personajes con implementos 3ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
30 Flautero 1 con campanillas	0,80	0,80
31 Flautero 2 con campanillas	0,80	0,80
32 Flautero 3 con campanillas	0,80	0,80
33 Flautero 4 con campanillas	0,80	0,80

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 103, los cuatro personajes ocupan el mismo espacio 0,80m la accesibilidad 0,90m igual **“1,70m”** de largo; el ancho sumamos las dimensiones y la accesibilidad da igual a **“7,7m”** de ancho

**Cuadro Nro. 104**  
**Personajes con implementos 3ra etapa**

Personaje con implementos	Largo m	Ancho m
34 Cuetero (pirotecnia), con voladores y truenos	0,70	0,55

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 104, de largo suma la accesibilidad **“1,6m”**; el ancho de adhiere al anterior por ser un solo personaje

**Cuadro Nro. 105**  
**Total de personajes con implementos 3ra etapa**

Matriz	Largo m	Ancho m
033	2,10	5,25
034	2,40	5,25
035	1,90	5,25
036	1,60	5,25
037	3,90	8,25
038	0,90	-----
039	1,45	6,60
040	2,60	-----
041	1,70	7,70
042	1,60	-----
<b>TOTAL</b>	<b>20,15</b>	<b>8,25</b>

Elaborado por: El Autor

Se analiza el Cuadro 105, el lugar de exhibición de los personajes ocupa un espacio de 20,15m por 8,25m, a estas dimensiones hay que agregarle 1m a cada una ya que la accesibilidad y movilidad es de 1,40m y en las medidas anteriores solo tiene 0,90m con 0,50m se completa; entonces de largo se tiene “**21,15m**” y “**9,25m**” de ancho, por “**3,40m**” de alto. A estas dimensiones hay que agregarle los otros espacios como:

*Espacio Administrativo; Informativo y de atención; Almacén o biblioteca; Un espacio para bodega, y artículos de mantenimiento; Baterías sanitarias o baños; Sala de sesiones para charlas y mirador*

Para ilustración general verificar los planos arquitectónicos que se representa en el (anexo 38), en la cual incluye los temas anteriores, En resumen a esta etapa de la fiesta del Inti Raymi técnicamente se recomienda tener un espacio mínimo de largo **26,80m** y de ancho **14,00m** y le agregamos al ancho la vereda de entrada de 1,40m quedando un ancho total de **15,40m**, y finalmente el alto de **5,60m**

### Cuadro Nro. 106

#### Resumen, recopilación de las 3 etapas

ETAPA	LARGO m	ANCHO m	ALTO m	OBSERVACIONES
<b>1ra.</b>	26,80	15,40	5,60	Tiene espacios a más del espacio de exposición tiene: Administrativo; Informativo y de atención; Almacén; Bodega; Baños; Sala de sesiones, charlas y mirador (una parte contiene dos plantas)
<b>2da.</b>	26,80	15,40	5,60	Tiene espacios: de exposición; Administrativo; Informativo y de atención; Almacén; Bodega; Baños y mirador (una parte contiene dos plantas)
<b>3ra.</b>	26,80	15,40	5,60	Tiene espacios: de exposición; administrativo; Informativo y de atención; Almacén; Bodega; Baños; y mirador (una parte contiene dos plantas)

Elaborado por: El Autor

#### 4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO (MACRO Y MICRO)

Para determinar la localización óptima de la planta del proyecto se aplicó el *Método Cuantitativo por Puntos*, de manera como el autor sugiere, se tomó en cuenta los “Factores Relevantes”: Geográficos, Institucionales, Sociales y Económicos; de tal manera que en función del estudio se desarrolló los temas:

Se presentó un rango de calificación al sitio del 1 al 10, donde 1 es calificación mínima y 10 la máxima antes de ser ponderada con el peso máximo

### Cuadro Nro. 107

#### Factores Geográficos

Factores relevantes	Peso asignado	Calificación sitio A	Ponderado A	Calificación sitio B	Ponderado B
Clima	0,20	10	2	10	2
Paisajes	0,30	10	3	6	1,8
Comunicación	0,20	5	1	10	2
Vías de acceso	0,30	7	2,1	10	3
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>8,1</b>		<b>8,8</b>

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 107, presenta como factores relevantes el clima, paisajes, comunicación y vías de acceso que se considera indicadores básicos y fundamentales para el buen funcionamiento de la empresa; se jerarquizó en el peso asignado a lo que se considera que el proyecto debe reunir tales condiciones. El sitio **A** se considera a la parroquia de San Rafael de la Laguna y el **B** a la ciudad de Otavalo, los dos

sitios son analizados y considerados porque es donde con mayor frecuencia se han realizado los eventos culturales

El Cuadro 107 presenta, el *clima*, en los dos sitios se califica 10, presentan un clima templado frio; *Paisajes*, A tiene bondades Paisajísticas ya que se ubica frente al lago San Pablo, contiene páramos, tiene una vista panorámica de la cuenca del Lago San Pablo, en la parte sur tiene las lagunas de Mojanda como paisaje y reserva ecológica, Mientras que la ciudad de Otavalo es el centro poblado y urbanístico donde se merma lo paisajístico; *Comunicación*, el sitio A tiene calificación 5 porque tiene reducida la comunicación y B tiene amplia la comunicación; *Vías de acceso*, el sitio A tiene vías de acceso pero no en perfectas condiciones a lo contrario del B tiene excelentes condiciones en vías internas

**Cuadro Nro. 108**  
**Factores Institucionales**

Factores relevantes	Peso asignado	Calificación sitio A	Ponderado A	Calificación sitio B	Ponderado B
Gobierno local aliado al proyecto	0,50	10	5	7	3,5
Institución educativas a fines al proyecto	0,30	8	2,4	8	2,4
Asociaciones aliadas	0,20	8	1,6	6	1,2
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>9</b>		<b>7,1</b>

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 108, presenta tres factores relevantes para el proyecto: *Gobierno local aliado al proyecto*, A tiene la máxima calificación ya que desde su inicio el gobierno parroquial viene apoyando el desarrollo de este estudio lo cual se documentó el compromiso con nuestro trabajo (ver anexo 35), el gobierno municipal solo hay acercamientos; *Instituciones educativas a fines al proyecto*, A tiene esta calificación 8 por el Colegio Pedro Maldonado Duque que tiene la especialidad de hotelería, turismo y gastronomía a la vez pertenece a la educación intercultural bilingüe, y tiene la predisposición de apoyo, el sitio B tiene instituciones educativas aliadas que facilitarían el proceso pero no bilingües siendo un limitante; *Asociaciones aliadas*, el primer sitio nos presenta asociaciones en pro del desarrollo social y colectivo con afinidad al rescate cultural, en cambio en el B las asociaciones se organizan con fines netamente comerciales y económicos

**Cuadro Nro. 109**  
**Factores Sociales**

Factores relevantes	Peso asignado	Calificación sitio A	Ponderado A	Calificación sitio B	Ponderado B
Aceptación de la Comunidad al proyecto	0,35	9	3,15	9	3,15
Involucramiento de la comunidad al proyecto	0,35	10	3,5	5	1,75
Afinidad Cultural tradicional	0,30	10	3	8	2,4
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>9,65</b>		<b>7,30</b>

Elaborado por: El Autor

El Cuadro 109, presenta los factores relevantes: *Aceptación de la comunidad al proyecto*, en los dos casos se le otorga la misma calificación pero no la máxima porque no en la totalidad están de acuerdo; *Involucramiento de la Comunidad al proyecto*, A tiene la máxima calificación ya que la parroquia desarrolla proyectos sociales con la intervención en mingas (mano de obra no calificada), reuniones con las “OSGs” y ellos transmiten directamente a la población de forma periódica, en el B solo se reúnen cuando hay la asamblea cantonal y priorización de proyectos en los presupuestos participativos; *Afinidad Cultural Tradicional*, el sitio A siguen manteniendo la tradición en las familias de las comunidades y preservando atuendos y patrimonio, en el B aportan muy poco en su preservación

**Cuadro Nro. 110**  
**Factores Económicos**

Factores relevantes	Peso asignado	Calificación sitio A	Ponderado A	Calificación sitio B	Ponderado B
Mano de obra	0,20	10	2	5	1
Talento humano (conocimiento generacional)	0,20	10	2	5	1
Servicios básicos	0,10	6	0,6	9	0,9
Infraestructura disponible	0,10	8		5	
Terrenos	0,20	7	1,4	2	0,4
Cercanía al mercado	0,20	8	1,6	10	2
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>7,6</b>		<b>5,3</b>

Elaborado por: El Autor

En el Cuadro 110, los datos referenciales para las calificaciones del sitio A es tomada del diagnóstico situacional en el Capítulo I, en cambio para el sitio B son tomados del Gobierno Municipal de Otavalo, de tal forma fundamentamos la calificación siguiente:

*Mano de obra*, el sitio A tiene mayor puntuación porque es aquí de donde salen los trajes y vestimentas originales para los eventos culturales, además la población es dueña originaria de los actos ceremoniales son expertos, el B tiene la menor puntuación ya que se puede encontrar vestimenta parecidas, pero ya los eventos se distorsiona el sentido ceremonioso, *Talento humano* (conocimiento generacional), el sitio A tiene la mayor puntuación porque los moradores año tras año vienen realizando los eventos culturales, mientras que el B presenta los eventos pero son personajes que se contrata en la parroquia A o en otras con características similares representativas pero no ceremoniales; *Servicios básicos*, el sitio A tiene menor puntuación ya que falta para cubrir los servicios básicos, mientras que el B tiene casi en su totalidad saciada los servicios básicos. *Infraestructura disponible*, A presenta mayor calificación porque aun dispone de las capillas e iglesia donde se celebra las ceremonias, en el caso de B tiene la iglesia donde también se celebraba las ceremonias pero no tienen los complementos que son las capillas; *Terrenos*, el sitio A tiene mayor calificación ya que las comunidades involucradas al igual que el gobierno parroquial se comprometen a dotar del terreno para la ejecución del proyecto (ver anexos 55 a, b y c), al contrario de B no hay tal expectativa. *Cercanía al mercado*, A tiene un tanto menor en la calificación pese de que es por donde transitan los turistas para llegar al sitio B, mientras que B es considerado el mercado a donde acuden los turistas nacionales e internacionales

En Total de los cuadros para determinar el sitio donde se ubicará la planta, para luego determinar la ubicación exacta de las etapas del proyecto es:

**Cuadro Nro. 111**  
**Factores determinantes para la localización del Proyecto**

<b>Factores determinantes</b>	<b>Total Sitio A</b>	<b>Total Sitio B</b>
Factores Geográficos	8,10	8,80
Factores Institucionales	9,00	7,10
Factores Sociales	9,65	7,30
Factores Económicos	7,60	5,30
<b>TOTAL</b>	<b>34,35</b>	<b>28,50</b>

Elaborado por: El Autor

En tal virtud el sitio adecuado que obtuvo mayor puntuación es el “A” o la Parroquia de San Rafael de la Laguna

Procediendo con el método para cada etapa, antes se debe descartar a 6 comunidades donde no disponen infraestructura, atuendos o implementos para realizar las fiestas culturales; los factores relevantes se considera: posesión de vestimentas y/o atuendos, infraestructura, conocimiento y experiencia en realizar la fiesta, mención histórica en textos, patrimonio intangible, servicios básicos. Para el peso asignado el porcentaje total será dividido en la misma proporción para los factores determinantes, la calificación 1 es la menor y 10 la mayor, se ponderará con el peso asignado la mayor cantidad será la comunidad acreedora. A será el Centro Parroquial, B San Miguel Alto y C la comunidad de Tocagón

**Cuadro Nro. 112**  
**Primera Etapa (fiesta del Coraza)**

Factores relevantes	Peso asignado	A	P A	B	P B	C	P C
Posesión de vestimentas, atuendos	0,1667	10	1,67	5	0,83	3	0,50
Infraestructura	0,1667	10	1,67	1	0,17	1	0,17
Conocimiento y experiencia en fiestas	0,1667	10	1,67	10	1,67	10	1,67
Mención histórica en textos	0,1667	10	1,67	8	1,33	8	1,33
Patrimonio intangible	0,1667	10	1,67	8	1,33	8	1,33
Servicios básicos	0,1667	10	1,67	5	0,83	6	1,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>10,00</b>		<b>6,17</b>		<b>6,00</b>

Elaborado por: El Autor

En el cuadro 112, *posesión de vestimentas- atuendos*, A tiene mayor puntuación ya que en este sector vive la vestidora del coraza, es quien confecciona y presta los atuendos, implementos para el prioste y su corte; *Infraestructura*, A tiene mayor puntuación ya que es a la iglesia central a donde se dirigen los corazas a celebrar las misas y entradas triunfales; *Conocimiento y experiencia en fiestas*, A, B y C presentan la misma puntuación ya que toda la parroquia tiene experiencia en esta fiesta los priostes fueron de todas las comunidades; *Mención histórica en textos*, los textos investigados siempre mencionan la entrada o pasada del coraza llegando al Centro Parroquial, por tal sentido A se lleva la mayor puntuación; *Patrimonio intangible*, sería el conocimiento artístico cultural que los moradores del Centro Parroquial han aportado a esta fiesta composiciones musicales, poesías

y el diseño de los atuendos de los personajes, y A se lleva la ventaja; *Servicios básicos*, al ser A el centro urbano, dispone de servicios básicos

**Cuadro Nro. 113**  
**Segunda Etapa (fiesta de los Pendoneros)**

Factores relevantes	Peso asignado	A	P A	B	P B	C	P C
Posesión de vestimentas, atuendos	0,1667	2	0,33	10	1,67	5	0,83
Infraestructura	0,1667	5	0,83	10	1,67	10	1,67
Conocimiento y experiencia en fiestas	0,1667	10	1,67	10	1,67	10	1,67
Mención histórica en textos	0,1667	5	0,83	10	1,67	8	1,33
Patrimonio intangible	0,1667	9	1,50	9	1,50	7	1,17
Servicios básicos	0,1667	10	1,67	5	0,83	6	1,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>6,83</b>		<b>9,00</b>		<b>7,67</b>

Elaborado por: El Autor

En el cuadro 113, la comunidad de San Miguel Alto o B se hace acreedora de la segunda etapa ya que lleva la mayor puntuación; *Posesión de vestimentas – atuendos*, B tiene la mayor puntuación por que es quien dispone de la ropa, accesorios, banderas para esta fiesta; *Infra estructura*, la comunidad B y C tienen la mayor puntuación ya que dispones de las capillas donde se celebran las ceremonias religiosas de esta fiesta; *Conocimiento y experiencia en fiestas*, las tres comunidades tienen la misma calificación porque todos tienen amplio conocimiento de los Pendoneros; *Mención histórica en textos*, B se lleva la mejor puntuación ya que en los textos al referirse a esta fiesta mencionan se celebran en especial en el sector de San Miguel Alto y San Roque; *Patrimonio intangible*, las A y B coinciden ya que las dos aportan musicalmente a esta fiesta; *Servicios básicos*, se lleva la mayor puntuación A; en el resultado final gana B

**Cuadro Nro. 114**  
**Tercera Etapa (fiesta de los Sanjuanés, Rama de Gallos o Inti Raymi)**

Factores relevantes	Peso asignado	A	P A	B	P B	C	P C
Posesión de vestimentas, atuendos	0,1667	2	0,33	8	1,33	10	1,67
Infraestructura	0,1667	10	1,67	10	1,67	10	1,67
Conocimiento y experiencia en fiestas	0,1667	8	1,33	10	1,67	10	1,67
Mención histórica en textos	0,1667	2	0,33	8	1,33	10	1,67
Patrimonio intangible	0,1667	8	1,33	9	1,50	9	1,50
Servicios básicos	0,1667	10	1,67	5	0,83	6	1,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>6,67</b>		<b>8,34</b>		<b>9,17</b>

Elaborado por: El Autor

En el cuadro 114, la comunidad C es la acreedora de la tercera eta por lo siguiente; *Posesión de vestimentas, atuendos*, la comunidad C tiene la mayor cantidad de atuendos de tal manera se lleva la mayor calificación; *Infraestructura*, las tres tienen donde celebrar la ceremonia religiosa por lo tanto se les otorga similar calificación; *Conocimiento y experiencia en fiestas*, las comunidades B y C coinciden en la calificación alta ya que en estos sectores es donde más se ha realizado esta fiesta; *Mención histórica en textos*, el sector de San Roque es nombrado para los bailes de San Juan, actual Tocagón; Patrimonio intangible, B y C tienen mayor calificación ya que son donde se entona música para danzar con instrumentos andinos; *Servicios básicos*, la mayor tiene A; en el resultado gana C

### 4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 4.3.1 Infraestructura física

En el “EL TAMAÑO DEL PROYECTO”, se estructuró los espacios necesarios para la planta, se identificó las dimensiones ergonómicas de los personajes y los espacios básicos de cada uno para llegar a la infraestructura física con mayor detalle, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, colaboró con los planos arquitectónicos que se resume a continuación:

*La primera etapa se lo denominó MUSEO DEL CORAZA* (ver anexo 36), contiene: Plantas Arquitectónicas, Corte, Fachadas, Planta de Cubiertas a escala de (1: 100) y la Ubicación, se detalla así:

-La PLANTA BAJA contiene área de información, hall, graderío para acceder a la planta alta, baños múltiples, bodega de aseo, área de biblioteca, bodega de mantenimiento y el espacio para exhibición de la Fiesta del Coraza

-La PLANTA ALTA contiene graderío de acceso, oficinas de gerencia, secretaría, contabilidad, baños, sala de reuniones, hall, corredor, mirador y el espacio vacío de la exhibición de los personajes de la Fiesta del Coraza

-La PLANTA DE CUBIERTAS contiene una terraza inaccesible y la cubierta de teja con estructura metálica

-El CORTE ilustra las dimensiones de las plantas y el área de exhibición

-La FACHADA FRONTAL contiene la puerta principal, siete ventanas de diferentes dimensiones

-La FACHADA LATERAL DERECHA contiene doce ventanas para aprovechar la luz natural

-La FACHADA LATERAL IZQUIERDA contiene trece ventanas de distintas dimensiones para aprovechar la luz natural

-La UBICACIÓN es en el Centro Urbano de la parroquia de San Rafael de la Laguna en las calles Calderón y Los Pendoneros el sitio de la planta

**Cuadro Nro. 115**  
**Total de área de construcción 1ra etapa**

ÁREA	CONSTRUCCIÓN	TERRENO
TERRENO PARA MUSEO		406,12 m <sup>2</sup>
PLANTA BAJA	384,82 m <sup>2</sup>	
PLANTA ALTA	195,43 m <sup>2</sup>	
<b>TOTAL PRIMERA ETAPA</b>	<b>580,25 m<sup>2</sup></b>	<b>406,12 m<sup>2</sup></b>

Elaborado por: El Autor

*La segunda etapa se lo denominó MUSEO FIESTA DE LOS PENDONEROS* (ver anexo 37) contiene: Plantas Arquitectónicas, Corte, Fachadas, Planta de Cubiertas a escala de (1: 100) y la Ubicación, se detalla así:

-La PLANTA BAJA contiene área de información, hall, graderío para acceder a la planta alta, baños múltiples, bodega de aseo, área de biblioteca, bodega de mantenimiento y el espacio para exhibición de la Fiesta de los Pendoneros

-La PLANTA ALTA contiene graderío de acceso, oficinas de administración, corredor, mirador, terraza con proyección y el espacio vacío de la exhibición de los personajes de la Fiesta de los Pendoneros

-La PLANTA DE CUBIERTAS contiene una terraza inaccesible y la cubierta de teja con estructura metálica

-El CORTE ilustra las dimensiones de las plantas y el área de exhibición

-La FACHADA FRONTAL contiene la puerta principal, siete ventanas de diferentes dimensiones

-La FACHADA LATERAL DERECHA contiene doce ventanas para aprovechar la luz natural

-La FACHADA LATERAL IZQUIERDA contiene ocho ventanas de distintas dimensiones para aprovechar la luz natural

-La UBICACIÓN es en la Comunidad de San Miguel Alto de la parroquia de San Rafael de la Laguna junto al estadio, diagonal a la casa comunal:

**Cuadro Nro. 116**  
**Total de área de construcción 2da etapa**

ÁREA	CONSTRUCCIÓN	TERRENO
TERRENO PARA MUSEO		406,12 m <sup>2</sup>
PLANTA BAJA	384,82 m <sup>2</sup>	
PLANTA ALTA	73,02 m <sup>2</sup>	
<b>TOTAL SEGUNDA ETAPA</b>	<b>457,84 m<sup>2</sup></b>	<b>406,12 m<sup>2</sup></b>

Elaborado por: El Autor

*La tercera etapa se lo denominó MUSEO FIESTA DEL INTI RAYMI (ver anexo 38) contiene: Plantas Arquitectónicas, Corte, Fachadas, Planta de Cubiertas a escala de (1: 100) y la Ubicación, se detalla así:*

-La PLANTA BAJA contiene área de información, hall, graderío para acceder a la planta alta, baños múltiples, bodega de aseo, área de biblioteca, bodega de mantenimiento y el espacio para exhibición de los personajes del Inti Raymi

-La PLANTA ALTA contiene graderío de acceso, oficinas de administración, corredor, mirador, terraza con proyección y el espacio vacío de la exhibición de los personajes de la Fiesta del Inti Raymi

-La PLANTA DE CUBIERTAS contiene una terraza inaccesible y la cubierta de teja con estructura metálica

-El CORTE ilustra las dimensiones de las plantas y el área de exhibición

-La FACHADA FRONTAL contiene la puerta principal, siete ventanas de diferentes dimensiones

-La FACHADA LATERAL DERECHA contiene doce ventanas para aprovechar la luz natural

-La FACHADA LATERAL IZQUIERDA contiene ocho ventanas de distintas dimensiones para aprovechar la luz natural

-La UBICACIÓN es en la Comunidad de Tocagón de la parroquia de San Rafael de la Laguna junto a la capilla católica, del sector Capilla Pamba

**Cuadro Nro. 117**  
**Total de área de construcción 3ra etapa**

ÁREA	CONSTRUCCIÓN	TERRENO
TERRENO PARA MUSEO		406,12 m <sup>2</sup>
PLANTA BAJA	384,82 m <sup>2</sup>	
PLANTA ALTA	73,02 m <sup>2</sup>	
<b>TOTAL TERCERA ETAPA</b>	<b>457,84 m<sup>2</sup></b>	<b>406,12 m<sup>2</sup></b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.3.2 Procesos productivos

El proceso productivo del proyecto requiere de: a) un estado inicial de “Insumos”, b) proceso transformador “Proceso” y de c) producto final “Producto”

**a) Insumos.-** Se considera como insumos a las esculturas con sus respectivos implementos y atuendos, se detalla cuadros por cada etapa en el análisis

*Primera etapa “Museo del Coraza”.-* Se cotizó los precios de las esculturas a tres artistas de trascendencia dotando de las mismas oportunidades, proporcionando la misma información y formato; Pedro Enrique Villamar Gualsaquí (PEVG) de la Parroquia de San Rafael de la Laguna, Bladimir Mauricio Viteri Arce (BMVA) de

la ciudad de Ibarra y Pedro Israel Villamar Salazar (PIVS) de la Parroquia de San Rafael de la Laguna, los mencionados se encuentran en actividad laboral e informaron que sus precios van en relación a la calidad artística y garantía que ponen los mismos, para mayor información (ver anexos 39 “a, b y c”), de los cuales arrojaron los siguientes resultados:

### **Cuadro Nro. 118**

#### **1.- ESCULTURAS POLICROMADAS EN FIBRA DE VIDRIO Y CABELLO SINTETICO, A ESCALA NATURAL PARA EL CORAZA**

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	PEVG	BMVA	PIVS
1	El Coraza (prioste)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3000	1800	3000
2	La Mama señora (esposa)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3000	1800	3000
3	El caballo del Coraza	Caballo de paso y expresivo y policromado	5000	2500	5000
4	El paje del Coraza	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3000	1800	3000
5	2 Yumbos	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	6000	3600	6000
6	2 Mujeres de Yumbos	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	6000	3600	6000
7	2 caballos de yumbos	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	10000	3600	10000
8	El Loa	Niño de 13 a 15 años, manos, pies y rostro	2500	1800	2500
9	El caballo del Loa	Caballo de paso	5000	2500	5000
10	4 Pifaneros, caja, pingullo, rondador 1, rondador 2	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	12000	7200	12000
11	Un Taita Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3000	1800	3000
12	Un cuetero (pirotecnia)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3000	1800	3000
13	6 ayudando la cuerda de monedas 3 a cada lado	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	18000	10800	18000
14	12 músicos de la banda con sus instrumentos	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	24000	21600	24000
15	La vestidora del coraza	De 30 a 35 años de edad, manos, pies y rostro	3000	1800	3000
16	2 cargadores de urna	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	5000	3600	5000
17	2 cargadores de camaretas	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	5000	3600	5000
<b>TOTAL DEL CORAZA</b>			<b>116500</b>	<b>75200</b>	<b>116500</b>

Elaborado por: El Autor

Por lo tanto para referencia de costos de inversión se tomo en cuenta la cifra más alta **116500 USD**, ya que al momento de contratar serán evaluados los

justificativos artísticos técnicamente, pudiendo cualquiera de ellos ser beneficiado o acreedor al contrato. De la misma manera se logró cotizar los atuendos y vestimenta como se realizaba históricamente, para ello solo se encuentra a una familia que en la actualidad brinda estos servicios, está representada por la Sra. Elba Luzmila Toapanta Herrera del Centro Urbano de la parroquia de San Rafael de la Laguna misma que presenta su propuesta (ver anexo 40)

**Cuadro Nro. 119**  
**PRENDAS/IMPLEMENTOS DEL CORAZA**

Nro.	PERSONAJE	PRENDAS/IMPLEMENTOS	P. UNI	CAN	TOTAL
1	El Coraza (prioste) y caballo del Coraza	Pantalón, Cushma, Manguillo, Gola, Pañuelo de cabeza, Camisa de manga larga blanca, Corbata azul, Guantes Blancos, Bastón, Zapatilla blanca, Cabeza, Albayalde, Paraguas negro, Tapanca (caballo), Collar (caballo), Corona (caballo), Soga de plata, Mano de obra	2226,80	1	2226,80
2	La Mama señora (esposa)	Vela decorada, Bastón, Cinta para el pelo, Sombrero negro, Vela decorada, Manillas, Gualcas, Reboso, Fachalina para la cabeza, Fachalina negra, Camisa bordada, Faja pequeña (guagua chumbi), Faja grande (mama chumbi), Anaco negro, Anaco blanco	3640,80	1	3640,80
3	2 Yumbos	Calzoncillos, alpargates, Medias gruesas de mujer, Sombrero negro, Pañuelo azul de cabeza, albayalde, Camisa azul, Mano de obra	125,50	2	251,00
4	El paje del Coraza	Poncho negro, Sombrero negro, Camisa de quingos, Calzoncillo	366,00	1	366,00
5	2 Mujeres de Yumbos	Vela decorada, Bastón, Cinta para el pelo, Sombrero negro, Vela decorada, Manillas, Gualcas, Reboso, Fachalina para la cabeza, Fachalina negra, Camisa bordada, Faja pequeña (guagua chumbi), Faja grande (mama chumbi), Anaco negro, Anaco blanco	3640,80	2	7281,60
6	El Loa	Terno negro, Sombrero negro, Zapatos, Charreteras, Camisa blanca, Mano de obra	210,00	1	210,00
7	4 Pifaneros	Pífano (pingullo), rondador,	471,00	4	1884,00

		tambor, Poncho negro, Sombrero negro, Camisa de quingos, Calzoncillo			
8	Un Taita Servicio	Calzón, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, Pilche (utensilio)	378,00	1	378,00
9	Un cuetero	Calzón, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, volatería	396,00	1	396,00
10	3 ayudando cuerda de monedas (hombres)	Calzón, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero	366,00	3	1098,00
11	3 ayudando cuerda de monedas (mujeres)	Anaco blanco, Anaco negro, Faja grande (mama chumbi), Faja pequeña (guagua chumbi), Camisa bordada, Fachalina negra, Fachalina para la cabeza, Maleta fachalina, Gualcas (para cuello), Vasija (pondo pequeño), Manillas, Cinta para el pelo	1296,00	3	3888,00
12	La vestidora del coraza	Vestido, saco, Zapatos, Medias, Fachalina para cargar la cabeza, Mano de obra	90,00	1	90,00
13	2 cargadores de urna	Calzón, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero	366,00	2	732,00
14	2 Cargadores con sus Camaretas	Calzón, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, Camaretas	376,00	2	752,00
<b>TOTAL DEL CORAZA</b>				<b>25</b>	<b>23194,2</b>

Elaborado por: El Autor

Este precio incluye dejar vistiendo a los personajes en el lugar de exposición sin costos adicionales, los datos de esta proforma son costos actuales de los atuendos de épocas antiguas de la fiesta del Coraza, que se recuperara o se pretende recuperar de las personas particulares de la comunidad, ya que se está perdiendo o destruyendo, para rescatar este patrimonio de la parroquia da un total de **23194,20 USD**, (veinte y tres mil ciento noventa y cuatro con 0,20 dólares americanos), si no se logra adquirir lo original ofertarán una réplica con las mismas características sujetas a ser examinadas y evaluadas antes de la adquisición

El cuadro comparativo de la cotización de la ropa de la banda realizada a varios artesanos, presentaron (ver anexos 41 a y b) el Sr. Eduardo Alfonso Zapata Cayo 1(EAZC) de la ciudad de Otavalo y la Sra. Rosa Janeth Zapata Oña 2(RJZO) de la parroquia de San Rafael de la Laguna, brindándoles las mismas oportunidades con la misma información y tiempo; será sujeto de análisis a los participantes

**Cuadro Nro. 120**  
**TOTAL ROPA DE LA BANDA DEL MUSEO DEL CORAZA**

NRO.	PERSONAJE	PRENDAS	1(EAZC)	2(RJZO)
1	Músico 10 de la banda	Pantalón, Camisa, Saco, Sombrero	80,00	80,00
2	Músico 11 de la banda	Pantalón, Camisa, Chaleco, Sombrero	85,00	90,00
3	Músico 12 de la banda	Pantalón, Camisa, Sombrero	65,00	65,00
4	Músico 7 de la banda	Pantalón, Camisa, Chaqueta, Sombrero	135,00	105,00
5	Músico 8 de la banda	Pantalón, Camisa, Chaleco	65,00	75,00
6	6 Músico 9 de la banda	Pantalón, Camisa, Chaqueta	115,00	90,00
7	Músico 4 de la banda	Pantalón, Camisa, Saco, Sombrero	80,00	80,00
8	Músico 5 de la banda	Pantalón, Camisa, Chaleco, Sombrero	85,00	90,00
9	Músico 6 de la banda	Pantalón, Camisa, Sombrero	65,00	65,00
10	Músico 1 de la banda	Pantalón, Camisa, Chaqueta, Sombrero	135,00	105,00
11	Músico 2 de la banda	Pantalón, Camisa, Chaleco	65,00	75,00
12	Músico 3 de la banda	Pantalón, Camisa, Chaqueta	115,00	90,00
TOTAL ROPA DE LA BANDA DEL MUSEO DEL CORAZA			<b>1090,00</b>	<b>1010,00</b>

Elaborado por: El Autor

Para referencia se toma la propuesta de menor costo como aparente mejor oferta de esta manera la ropa de la banda tiene un costo de **1010,00 USD**, que incluye dejar vistiendo a los personajes en el sitio de exposición

Seguidamente se agrega el costo de los instrumento de la banda, con la aclaración de que se procurará en recuperar los instrumentos que pertenecieron a los integrantes de la banda de San Rafael de la laguna, con todo su trayectoria para enriquecer la historia del museo, se tomó como referencia las proformas (ver anexos 42 a, b y c) con el precio actual de los instrumentos en el cuadro comparativo, participaron el Sr. Edgar Fabian Puente Rocero 1(EFPR)de la ciudad

de Ibarra, la Sra. Chiluisa Chicaiza Carolina Antonieta 2(CHCHCA) de la ciudad de Ibarra y el Sr. J Nicolas Chiluisa R 3(JNCHR) de la ciudad de Otavalo se toma en cuenta los precios más baratos, resaltando que se intentará comprar a precios muy convenientes para beneficio comunitario

### Cuadro Nro. 121

#### TOTAL INSTRUMENTOS DE LA BANDA DEL MUSEO DEL CORAZA

PERSONAJE	INSTRUMENTO	1(EFPR)	2(CHCHCA)	3(JNCHR)	MEJOR OFERTA
Músico 10 de la banda	Barítono	6000,00	3000,00	395,00	395,00
Músico 11 de la banda	Trombón	220,00	320,00	245,00	220,00
Músico 12 de la banda	Bajo (tuba)	12000,00	4580,00		4580,00
Músico 7 de la banda	Par de platillos	130,00	100,00	76,00	100,00
Músico 8 de la banda	Bombo	120,00	125,00	145,00	120,00
Músico 9 de la banda	Tambor	55,00	60,00	68,50	55,00
Músico 4 de la banda	Clarinete	160,00	300,00	205,00	160,00
Músico 5 de la banda	Trompeta	170,00	165,00	205,00	165,00
Músico 6 de la banda	Trompeta	170,00	165,00	205,00	165,00
Músico 1 de la banda	Saxo	595,00	540,00	545,00	540,00
Músico 2 de la banda	Saxo	595,00	540,00	545,00	540,00
Músico 3 de la banda	Clarinete	160,00	300,00	205,00	160,00
<b>TOTAL INSTRUMENTOS DE LA BANDA DEL MUSEO DEL CORAZA</b>					<b>7200,00</b>

Elaborado por: El Autor

Se tomó referencia los precios más baratos ya que no importa la maraca es solo para representación de los personajes en la exposición tomando en cuenta que el valor sentimental posiblemente sea lo que cueste más pero para referencia de costos tomamos los USD **7200,00** (siete mil doscientos dólares Americanos)

Se agrega el costo de la imagen de San Luis Obispo, patrono de la fiesta del Coraza con sus respectivas andas facilitaron las proformas (ver anexos 43 a, b y c) el Sr. Carlos E. Espinosa C. 1(CEEC) de la parroquia de San Antonio de Ibarra, el

Sr. Almeida Vásquez Lauro Severo e Hijos 2(AVLS e H) de la parroquia de San Antonio de Ibarra y los Srs. Guillermo Cevallos y Gloria Potosí 3(GC y GP) de la parroquia San Antonio de Ibarra se cotizó en esta parroquia ya que tiene la especialidad en esculturas religiosas, los participantes solicitaron 3 meses de tiempo de salir beneficiados, presentaron así:

**Cuadro Nro. 122**

**IMAGEN DE SAN LUIS OBISPO PARA MUSEO DEL CORAZA**

Nro.	ARTÍCULOS	1(CEEC)	2(AVLS e H)	3(GC y GP)	MEJOR OFERTA
1	Imagen de San Luis Obispo de 80 cm. Con su respectivo mueble para transportar cargando	844,00	450,00	520,00	450,00
<b>IMAGEN DE SAN LUIS OBISPO PARA MUSEO DEL CORAZA</b>					<b>450,00</b>

Elaborado por: El Autor

Se totaliza el monto de inversión que consta como material o herramientas de producción de la primera etapa “Museo del Coraza”

**Cuadro Nro. 123**

**TOTAL GENERAL PRIMERA ETAPA**

Nro.	MATERIALES	TOTAL
1	ESCULTURAS POLICROMADAS EN FIBRA DE VIDRIO Y CABELLO SINTETICO, A ESCALA NATURAL	<b>116500,00</b>
2	IMPLEMENTOS Y ATUENDOS DE LOS PERSONAJES DE LA FIESTA DEL CORAZA	<b>23194,20</b>
3	ROPA DE LOS INTEGRANTES DE LA BANDA	<b>1010,00</b>
4	INSTRUMENTOS DE LA BANDA DE MÚSICOS	<b>7200,00</b>
5	IMAGEN DE SAN LUIS OBISPO CON SUS RESPECTIVAS ANDAS PARA TRANSPORTAR	<b>450,00</b>
<b>TOTAL GENERAL PRIMERA ETAPA</b>		<b>148354,20</b>

Elaborado por: El Autor

*Segunda etapa “Museo de los Pendoneros”*.- Se cotizó los precios de las esculturas a tres artistas de trascendencia mismos que presentaron en la primera etapa datos que se resume en el cuadro siguiente:

**Cuadro Nro. 124**  
**2.- ESCULTURAS POLICROMADAS EN FIBRA DE VIDRIO Y**  
**CABELLO SINTETICO, A ESCALA NATURAL.**

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	PEVG	BMVA	PIVS
1	-Prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3000	1800	3000
2	-Esposa del prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3000	1800	3000
3	-Prioste entrante	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3000	1800	3000
4	Esposa del prioste entrante	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3000	1800	3000
5	-3 parejas acompañantes (hombres y mujeres)	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	12000	10800	12000
6	-4 cargadores de urnas	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	8000	7200	8000
7	4 Pifaneros, caja, pingullo, rondador 1, rondador 2	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	12000	7200	12000
8	-12 cargadores de los pendones	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	24000	21600	24000
9	-Cuetero	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3000	1800	3000
10	-Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3000	1800	3000
11	12 músicos de la banda con sus instrumentos	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	24000	21600	24000
12	2 cargadores de camaretas	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	5000	3600	5000
<b>TOTAL DEL LOS PENDONEROS</b>			<b>103000</b>	<b>82800</b>	<b>103000</b>

Elaborado por: El Autor

Por lo tanto para referencia de costos de inversión se tomo en cuenta la cifra total de **103000 USD**, ya que al momento de contratar serán evaluados los justificativos artísticos técnicamente, pudiendo cualquiera de ellos ser beneficiado del contrato

De la misma manera se logró cotizar los atuendos y vestimenta como se realizaba históricamente, para ello solo se encuentra a familias de la Comunidad de San

Miguel Alto, que en la actualidad brinda estos servicios, está representada por el Sr. Juan Anguaya Cachimuel de la misma comunidad de la parroquia de San Rafael de la Laguna, presentan su propuesta (ver anexo 44):

**Cuadro Nro. 125**  
**COSTO DE PRENDAS/IMPLEMENTOS TOTAL DE LOS PENDINGEROS**

NRO	PERSONAJE	PRENDAS/IMPLEMENTOS	P. UNI	CAN	TOTAL
1	El prioste	Calzón, Camisa manga larga, Chaleco, Camiseta, Faja (cinturón), Poncho, Rosario, Cordón para el pelo, Sombrero, Alpargates, Pañuelo grande, Pañuelo pequeño (mano), Vela decorada	4583,00	1	4583,00
2	Esposa del prioste	Camisa, Anaco bordado, Anaco bordado, Fachalinas, Rebozo (bayetón), Gualcas (para cuello), Manilla, Rosario, Topo, Rinri wuarcu (aretes de orejeras), Faja grande (mama chumbi), Faja pequeña (guagua chumbi), Cinta para el pelo, Lishta (para la cabeza), Pañuelo pequeño (mano), Vela decorada	7716,50	1	7716,50
3	El prioste entrante	Calzón, Camisa manga larga, Chaleco, Camiseta, Faja (cinturón), Poncho, Rosario, Cordón para el pelo, Sombrero, Alpargates, Pañuelo grande, Pañuelo pequeño (mano), Vela decorada	4583,00	1	4583,00
4	Esposa del prioste entrante	Camisa, Anaco bordado, Anaco bordado, Fachalinas, Rebozo (bayetón), Gualcas (para cuello), Manilla, Rosario, Topo, Rinri wuarcu (aretes de orejeras), Faja grande (mama chumbi), Faja pequeña (guagua chumbi), Cinta para el pelo, Lishta (para la cabeza), Pañuelo pequeño (mano), Vela decorada	7716,50	1	7716,50
5	Acompañantes hombres	Calzón, Camisa manga larga, Poncho, Sombrero	366,00	3	1098,00
6	Acompañantes mujeres	Camisa, Anaco bordado, Anaco bordado, Fachalinas, Fachalina (para cargar), Gualcas (para cuello), Manilla, Vasija (pondo pequeño), Faja grande (mama chumbi), Faja pequeña (guagua chumbi), Cinta para el pelo	1075,00	3	3225,00
7	Cargadores de las urnas hombres	Calzón, Camisa manga larga, Poncho, Sombrero	366,00	4	1464,00
8	Los 4 pifaneros	Calzón, Camisa manga larga, Poncho, Sombrero, tambor, rondador, Pífano (pingullo)	471,00	4	1884,00

9	Los Pendoneros hombres	12	Calzón, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, Bandera (pendón)	689,00	12	8268,00
10	Un Servicio con bebida	Taita con	Calzón, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, Pilche (utensilio)	378,00	1	378,00
11	Cuetero (pirotecnia)		Calzón, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, volatería	396,00	1	396,00
12	Cargadores con sus Camaretas		Calzón, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, Camaretas	376	2	752,00
<b>TOTAL DE LOS PENDONEROS</b>					<b>34</b>	<b>42064,00</b>

Elaborado por: El Autor

Este precio incluye dejar vistiendo a los personajes en el lugar de exposición sin costos adicionales, los datos de esta proforma son costos actuales de los atuendos de épocas antiguas de la fiesta de los Pendoneros, que se recuperara o se pretende recuperar de las personas particulares de la comunidad, ya que se está perdiendo o destruyendo, para rescatar este patrimonio de la parroquia da un total de **42064,00 USD**, (cuarenta y dos mil sesenta y cuatro dólares americanos), si no se logra adquirir lo original ofertarán una réplica con las mismas características sujetas a ser examinadas y evaluadas antes de la adquisición

El cuadro comparativo de la cotización de la ropa de la banda coincide con la primera etapa por ende se tomó ese dato como referencia la propuesta de menor costo como aparente mejor oferta de esta manera la ropa de la banda tiene un costo de **1010,00 USD**, que incluye dejar vistiendo a los personajes en el sitio de exposición

De igual manera los instrumentos de la banda se toma el dato de la primera etapa y es: **USD 7200,00** (siete mil doscientos dólares Americanos)

Se agrega el costo de la imagen de San Miguel Arcángel, patrono de la fiesta de los Pendoneros y la Virgen del Carmen con sus respectivas andas facilitaron las proformas (ver anexos 43 a, b y c) el Sr. Carlos E. Espinosa C. 1(CEEC) de la parroquia de San Antonio de Ibarra, el Sr. Almeida Vásquez Lauro Severo e Hijos 2(AVLS e H) de la parroquia de San Antonio de Ibarra y los Srs. Guillermo Cevallos y Gloria Potosí 3(GC y GP) de la parroquia San Antonio de Ibarra se preformó en esta parroquia que esta tiene la especialidad en esculturas religiosas,

con la misma información, los participantes solicitaron tiempo para desarrollar su trabajo de salir beneficiados por lo menos de 3 meses, presentaron así:

**Cuadro Nro. 126**

**IMAGEN DE SAN MIGUEL ARCÁNGEL Y DE LA VIRGEN DEL CARMEN PARA MUSEO DE LOS PENDONEROS**

Nro.	ARTÍCULOS	1(CEEC)	2(AVLS e H)	3(GC y GP)	MEJOR OFERTA
1	Imagen de San Miguel Arcángel de 80 cm. Con su respectivo mueble para transportar cargando	844,00	450,00	520,00	450,00
2	Imagen de la Virgen del Carmen de 80 cm. Con su respectivo mueble para transportar cargando	1040,00	450,00	580,00	450,00
<b>IMAGEN DE SAN MIGUEL ARCÁNGEL Y DE LA VIRGEN DEL CARMEN PARA MUSEO DE LOS PENDONEROS</b>					<b>900,00</b>

Elaborado por: El Autor

Se totaliza el monto de inversión que consta como material o herramientas de producción de la segunda etapa Museo de los Pendoneros

**Cuadro Nro. 127**

**COSTO TOTAL GENERAL SEGUNDA ETAPA**

Nro.	MATERIALES	TOTAL
1	ESCULTURAS POLICROMADAS EN FIBRA DE VIDRIO Y CABELLO SINTETICO, A ESCALA NATURAL	<b>103000,00</b>
2	IMPLEMENTOS Y ATUENDOS DE LOS PERSONAJES DE LA FIESTA DE LOS PENDONEROS	<b>42064,00</b>
3	ROPA DE LOS INTEGRANTES DE LA BANDA	<b>1010,00</b>
4	INSTRUMENTOS DE LA BANDA DE MÚSICOS	<b>7200,00</b>
5	IMAGENES DE SAN MIGUEL ARCÁNGEL Y LA VIRGEN DEL CARMEN, CON SUS RESPECTIVAS ANDAS PARA TRANSPORTAR	<b>900,00</b>
<b>TOTAL GENERAL SEGUNDA ETAPA</b>		<b>154174,00</b>

Elaborado por: El Autor

*Tercera etapa “Museo de la Rama de Gallos”*.- Se cotizó los precios de las esculturas a tres artistas de trascendencia ya mencionados en la primera y segunda etapa dando los siguientes resultados

**Cuadro Nro. 128****3.- ESCULTURAS POLICROMADAS EN FIBRA DE VIDRIO Y CABELLO SINTETICO, A ESCALA NATURAL RAMA DE GALLOS**

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	PEVG	BMVA	PIVS
1	Prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3000	1800	3000
2	-Mujer del prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3000	1800	3000
3	-2 Cargadores de la urna de San Juan	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	4000	3600	4000
4	-2 Cargadores del castillo de la rama	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	4000	3600	4000
5	-2 Cargadores de la rama de gallos	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	4000	3600	4000
6	-2 Cargadores de la rama de cuyes	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	4000	3600	4000
7	-4 Flauteros campanilleros	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	12000	7200	12000
8	-Cuetero	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3000	1800	3000
9	4 invitados acompañantes	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	8000	7200	8000
10	-4 invitados con disfraz	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	8000	7200	8000
11	-Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3000	1800	3000
	-12 músicos de la Banda	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	24000	21600	24000
<b>TOTAL DEL LA RAMA DE GALLOS</b>			<b>80000</b>	<b>64800</b>	<b>80000</b>

Elaborado por: El Autor

Para referencia de costos de inversión se tomo en cuenta la cifra de **80000,00 USD**, ya que al momento de contratar serán evaluados los justificativos artísticos técnicamente, pudiendo cualquiera de ellos ser beneficiado o acreedor al contrato. De la misma manera se logró cotizar los atuendos y vestimenta como se realizaba

históricamente, para ello se encuentra a familias de la Comunidad de San Miguel Alto, representada por el Sr. Juan Anguaya Cachimuel (ver anexo 45):

**Cuadro Nro. 129**  
**PRENDAS/IMPLEMENTOS TOTAL DE LA FIESTA DEL INTI RAYMI (RAMA DE GALLOS)**

NRO	PERSONAJE	PRENDAS/IMPLEMENTOS	P. UNI	CAN	TOTAL
1	El sacerdote	Muro changa, Camisa manga larga, Camiseta, Faja (cinturón), Poncho, Cordón para el pelo, Sombrero, Alpargates	682,00	1	682,00
2	Mujer del sacerdote	Camisa, Anaco bordado, Anaco bordado, Fachalinas, Reboso (bayetón), Gualcas (para cuello), Manilla, Rinri wuarcu (aretes de orejeras), Faja grande (mama chumbi), Faja pequeña (guagua chumbi), Cinta para el pelo	3799,00	1	3799,00
3	cardadores de urna de San Juan	Muro changa, Camisa manga larga, Poncho, Sombrero	325,00	2	650,00
4	cardadores del castillo de la rama	Muro changa, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, Castillo de la rama	365,00	2	730,00
5	cardadores de las ramas de gallos y cuyes	Muro changa, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero	325,00	4	1300,00
6	flauteros	Muro changa, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, Flauta travesa grande, Campanillas	1150,00	4	4600,00
7	Un Taita Servicio con bebida	Muro changa, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, Pilche (utensilio)	337,00	1	337,00
8	Cuetero (pirotecnia)	Muro changa, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero, volatería	355,00	1	355,00
9	haya humas	Muro changa, Camisa manga larga bordada, Haya huma (careta), Acial	150,00	2	300,00
10	policía	Terno, camisa, Gorra	89,00	1	89,00
11	militar	Terno camuflase, Camiseta, Gorra, suspender, Cantimplora, Porta cantimplora	160,00	1	160,00
12	Acompañantes hombres	Muro Changa, Camisa manga larga bordada, Poncho, Sombrero	325,00	2	650,00
13	Acompañantes mujeres	Camisa, Anaco bordado, Anaco bordado, Fachalinas, Fachalina (para cargar), Gualcas (para cuello), Manilla, Vasija (pondo pequeño), Faja grande (mama chumbi), Faja pequeña (guagua chumbi), Cinta para el pelo	1075,00	2	2150,00
<b>TOTAL DE LA FIESTA DEL INTI RAYMI (RAMA DE GALLOS)</b>					<b>15802,00</b>

Elaborado por: El Autor

Este precio incluye dejar vistiendo a los personajes en el lugar de exposición sin costos adicionales, **15802,00 USD**, (quince mil ochocientos dos dólares americanos), si no se logra adquirir lo original ofertarán una réplica con las mismas características sujetas a ser examinadas y evaluadas antes de la adquisición

El cuadro comparativo de la cotización de la ropa de la banda se tomó de los datos de la primera y segunda etapa que tiene características similares, la propuesta de menor costo como aparente mejor oferta es de **1010,00 USD**, que incluye dejar vistiendo a los personajes en el sitio de exposición

Los instrumentos de la banda, de la misma manera se tomaron de las etapas pasadas los precios más baratos dando USD **7200,00** (siete mil doscientos dólares Americanos)

Agregamos el costo de la imagen de San Juan, patrono de la fiesta del Inti Raymi o la Rama de Gallos, con sus respectivas andas facilitaron las proformas (ver anexos 43 a, b y c) el Sr. Carlos E. Espinosa C. 1(CEEC), el Sr. Almeida Vásquez Lauro Severo e Hijos 2(AVLS e H) y los Srs. Guillermo Cevallos y Gloria Potosí 3(GC y GP), los tres de la parroquia San Antonio de Ibarra, se cotizó en esta parroquia especializada en esculturas religiosas, presentaron así:

### Cuadro Nro. 130

#### IMAGEN DE SAN JUAN DE PADUA, PARA MUSEO DE LA RAMA DE GALLOS

Nro.	ARTÍCULOS	1(CEEC)	2(AVLS e H)	3(GC y GP)	MEJOR OFERTA
1	Imagen de San Juan de 80 cm. Con su respectivo mueble para transportar cargando	844,00	450,00	520,00	450,00
<b>IMAGEN DE SAN JUAN DE PADUA, PARA MUSEO DE LA RAMA DE GALLOS</b>					<b>450,00</b>

Elaborado por: El Autor

Tiene un costo de USD 540,00 quinientos cincuenta dólares americanos. A esto le agregamos los costos de cuyes y gallos o gallinas aplicados con la técnica de la taxidermia (animales embalsamados) para la exhibición ya que es necesario que los 4 personajes de las ramas de gallos y cuyes estén portando dichas ramas, por

ser un arte bastante peligrosa solo encontramos al Señor Fabián Puzdá en la Parroquia de Quiroga, frente al parque el Coco emite los costos (ver anexo 46)

**Cuadro Nro. 131**  
**TOTAL DE LAS 2 RAMAS DE CUYES Y GALLOS**

NRO.	ANIMAL/AVE	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Gallos o gallinas	Ave completa, formol, material para embalsamar	50,00	12	600,00
2	Cuyes	Cuy completo, formol y material para embalsamar	40,00	12	480,00
<b>TOTAL DE LAS 2 RAMAS DE CUYES Y GALLOS</b>					<b>1080,00</b>

Elaborado por: El Autor

Pide un plazo de semana por cada 3 animales o aves para realizar el total requiere un tiempo aproximado de 3 meses, a un costo total de USD **1080,00** (mil ochenta dólares americanos). Se totaliza el monto de inversión que consta como material o herramientas de producción de la tercera etapa Museo del Inti Raymi/ Rama de Gallos / San Juan

**Cuadro Nro. 132**  
**COSTO TOTAL GENERAL TERCERA ETAPA**

Nro.	MATERIALES	TOTAL
1	ESCULTURAS POLICROMADAS EN FIBRA DE VIDRIO Y CABELLO SINTETICO, A ESCALA NATURAL	80000,00
2	IMPLEMENTOS Y ATUENDOS DE LOS PERSONAJES DE LA FIESTA DEL INTI RAYMI	15802,00
3	ROPA DE LOS INTEGRANTES DE LA BANDA	1010,00
4	INSTRUMENTOS DE LA BANDA DE MÚSICOS	7200,00
5	IMAGENES DE SAN JUAN CON SUS ANDAS PARA TRANSPORTAR	450,00
6	RAMAS DE CUYES Y GALLOS	1080,00
<b>TOTAL GENERAL TERCERA ETAPA</b>		<b>105542,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 133**  
**Totalizando las tres etapas tenemos:**

Nro.	ETAPA	TOTAL
1	TOTAL GENERAL PRIMERA ETAPA	148354,20
2	TOTAL GENERAL SEGUNDA ETAPA	154174,00
3	TOTAL GENERAL TERCERA ETAPA	105542,00
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>408070,20</b>

Elaborado por: El Autor

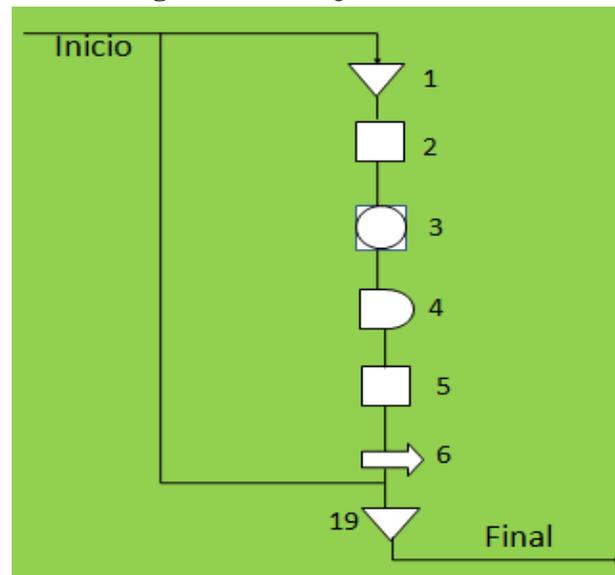
**b) Proceso.-** “Conjunto de operaciones que realizan el personal y la maquinaria para elaborar el producto final”. En este caso para la elaboración del producto final no se requiere de maquinaria sino de los “insumos”, para brindar un buen “servicio”, se requiere del talento humano, quienes brindarán la información y la hospitalidad para que el cliente se sienta satisfecho

**c) El producto final “Producto”.-** El producto final es un servicio cultural, de tal manera satisfacer las expectativas del cliente que visita las instalaciones de exhibición o de quien requiere de la representación cultural en el lugar acordado

#### 4.3.3 Tecnología

Para determinar la tecnología que se emplea en desarrollar el producto, se utiliza el Diagrama de Flujo de Procesos, recomendado por Gabriel Baca Urbina

**Gráfico Nro. 54**  
**Diagrama de Flujo de Procesos**



Elaborado por: El Autor

Se explica el (Gráfico 55), en el orden descrito:

**1.-** Se inicia con las representaciones artísticas de las fiestas tradicionales que están almacenadas en el área de exhibición de las 3 etapas, donde se parte con el proceso (inventariado), información que se publica en las redes sociales

- 2.- El siguiente paso es realizar la inspección general de la representación de los personajes, los respectivos atuendos, las instalaciones que tengan el ambiente acogedor, con la higiene pertinente, que se disponga de los servicios sanitarios, que se disponga del personal de turno, confirmar transporte de ser el caso
- 3.- Verificar el registro de reservaciones, registrar a nuevos visitantes, intervenir con los guías turísticos, monitorear el comportamiento del cliente, proporcionar la información personalizada, recorrido por sitios estratégicos de los museos
- 4.- Brindar un espacio a los visitantes para realizar las adquisiciones de información o productos agregados al servicio, como también permitir espacios para fotografiar e interactuar con las representaciones
- 5.- Identificar novedades, observaciones y evacuar inquietudes de los visitantes
- 6.- El guía turístico con el grupo a cargo recorre la ruta en los tres museos, esto quiere decir que el circuito se cierra cuando hayan llegado al punto de partida, tomando en cuenta que en las tres etapas es el mismo proceso
- 19.- Etapa final, se verifica que todos los artículos se encuentren en el lugar de origen, de existir novedades se intervendrá en la reparación de los mismos

#### 4.3.4 Maquinaria y equipo

Como se evidencia el producto no requiere de maquinaria para su elaboración, pero se requiere de equipos para facilitar los procesos al talento humano en las diferentes áreas

*Equipos de cómputo para la Primera Etapa.-* En esta etapa como central administrativa se requiere de equipos de cómputo para: Información, biblioteca, gerencia, secretaría, contabilidad y sala de sesiones, con especificaciones técnicas expresadas en la proforma (ver anexo 47), proporcionada por la Ing. Mayra Oña representante de VIRTUAL empresa comercializadora de equipos de cómputo de la ciudad de Otavalo, incluye IVA al precio de contado en el cuadro siguiente:

**Cuadro Nro. 134**  
**Equipos de cómputo para la Primera Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Equipo de cómputo	6	598,98	3593,88
2	Impresora multifunción HP 2050	5	66,08	330,4
3	Equipo de audio (parlantes 5 en 1 cine en casa/GENIUS SW-5.1HF 5050	1	138,32	138,32
4	Proyector de imagen, incluyen DVD	1	1072,96	1072,96
<b>TOTAL</b>				<b>5135,56</b>

Elaborado por: El Autor

*Equipos de aseo e higiene para la Primera Etapa.*- Los aspectos que represente inversión son cuantificados, por lo tanto se consideró valorar al equipo de higiene o aseo, se solicitó proforma a COMERCIAL LEM (ver anexo 48) que consiste implementos básicos para el aseo los precios incluye IVA, son de contado:

**Cuadro Nro. 135**  
**Equipos de aseo e higiene para la Primera Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Escobas plástica (TR)	2	2,24	4,48
2	Trapeador redondo	2	2,24	4,48
3	Tachos de basura Step On	14	7	98
4	Pala recogedora de basura (metálica)	2	3,36	6,72
5	Balde trapeador vaniplast	2	6,72	13,44
6	Cepillo de baño Limpex	2	2,52	5,04
7	Destapador de baños (Capuchón)	2	1,68	3,36
8	Equipo de seguridad e higiene:	-----	-----	-----
	Par de Guantes	1	1,568	1,57
	Delantal industrial	1	3,64	3,64
	Gorra	1	5,6	5,6
9	Franela para limpieza (limpión)	2	1,12	2,24
10	Esparcidor de agua (atomizador pirámide 500ml)	2	1,4	2,8
<b>TOTAL</b>				<b>151,37</b>

Elaborado por: El Autor

*Equipo de mantenimiento y reparación para la Primera Etapa.*- Se consideró la necesidad de tener herramientas básicas para dar mantenimiento preventivo y correctivo a los artículos del museo, se cotizó (ver anexo 49) en la ferretería

“FERRO- REPUESTO” de la ciudad de Otavalo los precios incluye IVA son de contado, esto se expresa en el cuadro siguiente:

**Cuadro Nro. 136**

**Equipo de mantenimiento y reparación para la Primera Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Martillo Stanley 160	1	5,85	5,85
2	Desarmador plano	1	1,20	1,20
3	Desarmador de estrella	1	1,20	1,20
4	Alicate	1	3,50	3,50
5	Brocha gruesa #5	1	6,45	6,45
6	Pincel	2	1,50	3,00
7	Agujas	1	1,00	1,00
8	Hilo tubo rojo, azul, verde, amarillo, negro, blanco	6	2,50	15,00
9	Tijeras para tela 8 tram	1	3,90	3,90
10	Tijeras para cartón – papel Sassor	1	1,50	1,50
11	Juego de llaves para tuercas de corona Stanley	1	9,12	9,12
12	Cepillo para limpiar ropa	1	3,00	3,00
13	Pinzas “herramientas de precisión”, (plana, redonda y cortadora)	3	2,80	8,40
<b>TOTAL</b>				<b>63,12</b>

Elaborado por: El Autor

*Equipos de cómputo para la Segunda Etapa.-* En esta etapa requiere de un equipo de cómputo para: Información, biblioteca y administración; las 3 dependencias con especificaciones técnicas expresadas en la proforma (ver anexo 47):

**Cuadro Nro. 137**

**Equipos de cómputo para la Segunda Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Equipo de cómputo	3	598,98	1796,94
2	Impresora multifunción HP 2050	3	66,08	198,24
<b>TOTAL</b>				<b>1995,18</b>

Elaborado por: El Autor

*Equipos de aseo e higiene para la Segunda Etapa.-* Datos tomadas del (anexo 48) que consiste implementos básicos para el aseo de las instalaciones, los precios que incluye IVA son de contado consiste de:

**Cuadro Nro. 138**  
**Equipos de aseo e higiene para la Segunda Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Escobas plástica (TR)	1	2,24	2,24
2	Trapeador redondo	1	2,24	2,24
3	Tachos de basura Step On	9	7	63
4	Pala recogedora de basura (metálica)	1	3,36	3,36
5	Balde trapeador vaniplast	1	6,72	6,72
6	Cepillo de baño Limpex	1	2,52	2,52
7	Destapador de baños (Capuchón)	1	1,68	1,68
8	Equipo de seguridad e higiene:		-----	
	Par de Guantes	1	1,568	1,568
	Delantal industrial	1	3,64	3,64
	Gorra	1	5,6	5,6
9	Franela para limpieza (limpión)	1	1,12	1,12
10	Esparcidor de agua (atomizador pirámide 500ml)	1	1,4	1,4
<b>TOTAL</b>				<b>95,088</b>

Elaborado por: El Autor

*Equipo de mantenimiento y reparación para la Segunda Etapa.-* Se consideró las cifras del (anexo 49) los precios incluye IVA es de contado:

**Cuadro Nro. 139**  
**Equipo de mantenimiento y reparación para la Segunda Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Martillo Stanley 160	1	5,85	5,85
2	Desarmador plano	1	1,20	1,2
3	Desarmador de estrella	1	1,20	1,2
4	Alicate	1	3,50	3,5
5	Brocha gruesa #5	1	6,45	6,45
6	Pincel	2	1,50	3
7	Agujas	1	1,00	1
8	Hilo tubo rojo, azul, verde, amarillo, negro, blanco	6	2,50	15
9	Tijeras para tela 8 tram	1	3,90	3,9
10	Tijeras para cartón – papel Sassor	1	1,50	1,5
11	Juego de llaves para tuercas de corona Stanley	1	9,12	9,12
12	Cepillo para limpiar ropa	1	3,00	3
13	Pinzas “herramientas de precisión”, (plana, redonda y cortadora)	3	2,80	8,4
<b>TOTAL</b>				<b>63,12</b>

Elaborado por: El Autor

*Equipos de cómputo para la Tercera Etapa.-* En esta etapa requiere de un equipo de cómputo para: Información, biblioteca y administración; datos extraídos del (anexo 47), a precio de contado incluye IVA:

**Cuadro Nro. 140**  
**Equipos de cómputo para la Tercera Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Equipo de cómputo	3	598,98	1796,94
2	Impresora multifunción HP 2050	3	66,08	198,24
<b>TOTAL</b>				<b>1995,18</b>

Elaborado por: El Autor

*Equipos de aseo e higiene para la Tercera Etapa.-* Datos tomados del (anexo 48) a precio de contado incluye IVA:

**Cuadro Nro. 141**  
**Equipos de aseo e higiene para la Tercera Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Escobas plástica (TR)	1	2,24	2,24
2	Trapeador redondo	1	2,24	2,24
3	Tachos de basura Step On	9	7	63
4	Pala recogedora de basura (metálica)	1	3,36	3,36
5	Balde trapeador vaniplast	1	6,72	6,72
6	Cepillo de baño Limpex	1	2,52	2,52
7	Destapador de baños (Capuchón)	1	1,68	1,68
8	Equipo de seguridad e higiene:		-----	
	Par de Guantes	1	1,568	1,568
	Delantal industrial	1	3,64	3,64
	Gorra	1	5,6	5,6
9	Franela para limpieza (limpión)	1	1,12	1,12
10	Esparcidor de agua (atomizador pirámide 500ml)	1	1,4	1,4
<b>TOTAL</b>				<b>95,088</b>

Elaborado por: El Autor

*Equipo de mantenimiento y reparación para la Tercera Etapa.-* Se consideró los datos del (anexo 49) a precio de contado incluye IVA:

**Cuadro Nro. 142****Equipo de mantenimiento y reparación para la Tercera Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Martillo Stanley 160	1	5,85	5,85
2	Desarmador plano	1	1,20	1,2
3	Desarmador de estrella	1	1,20	1,2
4	Alicate	1	3,50	3,5
5	Brocha gruesa #5	1	6,45	6,45
6	Pincel	2	1,50	3
7	Agujas	1	1,00	1
8	Hilo tubo rojo, azul, verde, amarillo, negro, blanco	6	2,50	15
9	Tijeras para tela 8 tram	1	3,90	3,9
10	Tijeras para cartón – papel Sassor	1	1,50	1,5
11	Juego de llaves para tuercas de corona Stanley	1	9,12	9,12
12	Cepillo para limpiar ropa	1	3,00	3
13	Pinzas “herramientas de precisión”, (plana, redonda y cortadora)	3	2,80	8,4
<b>TOTAL</b>				<b>63,12</b>

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 143****Totalizando los montos del equipo de cómputo, higiene o aseo y mantenimiento de las tres etapas tenemos**

Nro.	DETALLE	SUBTOTAL	TOTAL
	PRIMERA ETAPA		5350,05
<b>1</b>	Equipo de cómputo	5135,56	
	Equipo de aseo e higiene	151,37	
	Equipo de mantenimiento y reparación	63,12	
	SEGUNDA ETAPA		2153,39
<b>2</b>	Equipo de cómputo	1995,18	
	Equipo de aseo e higiene	95,09	
	Equipo de mantenimiento y reparación	63,12	
	TERCERA ETAPA		2153,39
<b>3</b>	Equipo de cómputo	1995,18	
	Equipo de aseo e higiene	95,09	
	Equipo de mantenimiento y reparación	63,12	
<b>TOTAL</b>			<b>9656,83</b>

Elaborado por: El Autor

**4.3.5 Inversiones**

Aquí se detalla las Inversiones Fijas, Diferidas y el capital de trabajo que requiere el proyecto en su totalidad

#### 4.3.5.1 Inversiones Fijas

**Terrenos.-** los terrenos son valorados a costos referenciales tanto catastrales como manifiesta el COOTAD (Octubre del 2010) en el **Art. 496** y en el **Art. 497**, El avalúo comercial es subjetivo de acuerdo a la población y sitios de preferencia de los moradores de cada una de las etapas

**Infraestructura o construcción.-** con apoyo del GADMCO en los departamentos de planificación y Obras Públicas se determino a 272,57 USD el m<sup>3</sup> de construcción de las plantas (ver anexo 50), que se ponderó para determinar los costos referenciales de cada etapa del proyecto

**Equipos.-** Se consideraron los equipos de cómputo, como de aseo o higiene, de igual manera de Mantenimiento detallados en el tema “Maquinaria y Equipo”, transcrito en resumen a este tema

**Muebles.-** Se enlista los muebles básicos que se requiere para cada dependencia de cada etapa y se determina los costos de acuerdo a las cotizaciones del (anexo 51) facilitada por “MECÁNICA TERÁN” de la ciudad de Otavalo, en los precios incluye IVA son de contado con las políticas de pago mencionadas en la proforma:

**Cuadro Nro. 144**  
**Muebles Primera Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Escritorio (estación de trabajo)	6	220,00	1320,00
2	Sillón gerente negro	6	150,00	900,00
3	Mesa larga para biblioteca	3	160,00	480,00
4	Sillas para mesa de biblioteca	18	15,00	270,00
5	Archivador metálico	6	160,00	960,00
6	Estantería para biblioteca de 5 divisiones	3	95,00	285,00
7	Estantería para bodega	2	95,00	190,00
8	Sillas para sala de reuniones	40	35,00	1400,00
<b>TOTAL</b>				<b>5805,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 145**  
**Muebles Segunda Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Escritorio (estación de trabajo)	4	220,00	880,00
2	Sillón gerente negro	4	150,00	600,00
3	Mesa larga para biblioteca	3	160,00	480,00
4	Sillas para mesa de biblioteca	18	15,00	270,00
5	Archivador metálico	4	160,00	640,00
6	Estantería para biblioteca de 5 divisiones	3	95,00	285,00
7	Estantería para bodega	2	95,00	190,00
<b>TOTAL</b>				<b>3345,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 146**  
**Muebles Tercera Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Escritorio (estación de trabajo)	4	220,00	880,00
2	Sillón gerente negro	4	150,00	600,00
3	Mesa larga para biblioteca	3	160,00	480,00
4	Sillas para mesa de biblioteca	18	15,00	270,00
5	Archivador metálico	4	160,00	640,00
6	Estantería para biblioteca de 5 divisiones	3	95,00	285,00
7	Estantería para bodega	2	95,00	190,00
<b>TOTAL</b>				<b>3345,00</b>

Elaborado por: El Autor

**Enseres.-** Aquí se agrupa todo lo referente a artículos como: Esculturas, Vestimenta, Atuendos, Instrumentos e Implementos que no consten en otros ítems, para valorarlos por cada etapa como se expresa en el tema (“Insumos” de este Capítulo); a demás se identificó artículos que aparentemente no tienen valor pero representan; en la proforma (anexo 52) facilitada por la “CORPORACIÓN ZÁNCHE” proporciona los precios de artículos o suministros de oficina, así como la pizarra con la proforma facilitada por “ALMACEN AGUILAR” (anexo 53), de estos se resume las cifras para determinar costos generales:

**Cuadro Nro. 147**  
**Enseres Primera Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
<b>1</b>	Esculturas, Vestimenta, Atuendos, Instrumentos e Implementos	-----	-----	148354,20
<b>2</b>	Grapadora	6	2,27	13,64
<b>3</b>	Estilete	6	0,26	1,55
<b>4</b>	Perforadora	6	1,85	11,09
<b>5</b>	Sellos de madera y caucho	2	8,96	17,92
<b>6</b>	Almohadilla para tinta	2	0,84	1,68
<b>7</b>	Archivadores carpeta	18	2,17	39,11
<b>8</b>	Marcador de tiza líquida	3	0,82	2,45
<b>9</b>	Borrador de pizarra	1	0,43	0,43
<b>10</b>	Pizarra para tiza líquida	1	85,00	85,00
<b>TOTAL</b>				<b>148527,07</b>

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 148**  
**Enseres Segunda Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
<b>1</b>	Esculturas, Vestimenta, Atuendos, Instrumentos e Implementos	-----	-----	154174,00
<b>2</b>	Grapadora	4	2,27	9,08
<b>3</b>	Estilete	4	0,26	1,04
<b>4</b>	Perforadora	4	1,85	7,4
<b>5</b>	Sellos de madera y caucho	1	8,96	8,96
<b>6</b>	Almohadilla para tinta	1	0,84	0,84
<b>7</b>	Archivadores carpeta	12	2,17	26,04
<b>TOTAL</b>				<b>154227,36</b>

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 149**  
**Enseres Tercera Etapa**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
<b>1</b>	Esculturas, Vestimenta, Atuendos, Instrumentos e Implementos	-----	-----	105542,00
<b>2</b>	Grapadora	4	2,27	9,08
<b>3</b>	Estilete	4	0,26	1,04
<b>4</b>	Perforadora	4	1,85	7,4
<b>5</b>	Sellos de madera y caucho	1	8,96	8,96
<b>6</b>	Almohadilla para tinta	1	0,84	0,84
<b>7</b>	Archivadores carpeta	12	2,17	26,04
<b>TOTAL</b>				<b>105595,36</b>

Elaborado por: El Autor

En resumen se desarrolló un cuadro para totalizar, los terrenos, construcción de referencia Catastral y Comercial con el aval del GADMCO, y los costos de equipos, muebles y enseres cotizados en el mercado anexados y se totaliza

**Cuadro Nro. 150**  
**TOTAL INVERSIONES FIJAS**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	TOTAL COMERCIAL
<b>1</b>	Terreno Primera Etapa	468 m <sup>2</sup>	2276,91	30000,00
	Terreno Segunda Etapa	444,31 m <sup>2</sup>	589,44	15000,00
	Terreno Tercera Etapa	444,31 m <sup>2</sup>	2276,91	20000,00
<b>2</b>	Construcción Primera Etapa	580,25 m <sup>2</sup>	158158,74	158158,74
	Construcción Segunda Etapa	457,84 m <sup>2</sup>	124793,45	124793,45
	Construcción Tercera Etapa	457,84 m <sup>2</sup>	124793,45	124793,45
<b>3</b>	Equipos Primera Etapa	-----	-----	5350,05
	Equipos Segunda Etapa	-----	-----	2153,39
	Equipos Tercera Etapa	-----	-----	2153,39
<b>4</b>	Muebles Primera Etapa	-----	-----	5805,00
	Muebles Segunda Etapa	-----	-----	3345,00
	Muebles Tercera Etapa	-----	-----	3345,00
<b>5</b>	Enseres Primera Etapa	-----	-----	148527,07
	Enseres Segunda Etapa	-----	-----	154227,36
	Enseres Tercera Etapa	-----	-----	105595,36
<b>TOTAL</b>				<b>903243,93</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.3.5.2 Inversiones Diferidas

Están constituidas por: Gastos de Constitución de la empresa de economía mixta, proforma facilitada por la Ab. Joselyn Yaselga Cevallos (ver anexo 54), con su estudio jurídico domiciliado en la ciudad de Otavalo, así como por los Estudios de Factibilidad presupuestado para el desarrollo de este estudio denominado PLAN DE TESIS DE GRADO con un monto de 1720,40 Dólares Americanos

**Cuadro Nro. 151**  
**CUADRO DE INVERSIONES DIFERIDAS**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO U	SUBTOTAL
1	Gasto de Constitución de la empresa	1	25000,00	25000,00
2	Estudios de Factibilidad	1	1720,40	1720,40
<b>TOTAL</b>				<b>26720,40</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.3.5.3 Inversiones de Capital de Trabajo

Constituidas por: *Costos de Producción*.- Son: Costos de materia prima, mano de obra, Envases, energía eléctrica, agua, Combustibles, Control de calidad y Mantenimiento. Ya en el proyecto se consideró la mano de obra o talento humano quienes intervienen directamente para brindar el servicio que en el tema “Talento Humano” se amplía el detalle, estos costos de referencia se los tipifica en base al Código del Trabajo del país en Capítulo VI, parágrafo 1ro, de las remuneraciones y sus garantías, En el Art. 81 manifiesta, Los sueldos y salarios se estipulan libremente, pero en ningún caso podrá ser inferiores a los mínimos legales,....” Por lo tanto el **acuerdo ministerial 370** para el año 2012, el sueldo básico de acuerdo a la tabla de “COMISIONES SECTORIALES Nro. 16 y 19” Turismo y alimentación, según los puestos o cargos de la siguiente manera:

**Cuadro Nro. 152**  
**ROL GENERAL DE PAGOS COSTO DE PRODUCCIÓN**

DETALLE	CANT	MENS	ANUAL	IESS	13°	14°	FD. RES.	TOTAL
OPERARIO MTTTO	1	292	3.504,00	390,70	292	292	292	4.770,70
TECNICO	1	292	3.504,00	390,70	292	292	292	4.770,70
RECEPCIONISTA	3	292	3.504,00	390,70	876	876	876	14.312,10
<b>TOTAL</b>								<b>23.853,50</b>

Elaborado por: El Autor

En donde:

**DETALLE** = Cargo

**CANT** = Cantidad de colaboradores en el mismo rango

**MENS** = Pago mensual “salario mínimo”

**ANUAL** = Total anual

**IESS** = Aporte al IEES patronal 11,15%

**13°** = Décimo tercer sueldo (todos los ingresos al año sumados y divididos para 12)

**14°** = Décimo cuarto sueldo (salario mínimo vital)

**FD. RES.** = Fondos de reserva

**TOTAL** = Total por cargo y número de colaboradores

*Gastos de Administración.-* Los costos anuales de las tres etapas, relacionadas con la administración, servicios básicos, talento humano, suministros de oficina

**Cuadro Nro. 153**  
**TOTAL PERSONAL, SERVICIOS BÁSICOS Y SUMINISTROS**

DETALLE	CANT	MENS	ANUAL	IESS	13°	14°	FD. RES.	TOTAL
GERENTE	1	527	6.324,00	705,126	292	527	527	8.375,13
ASISITENTE	3	292	3.504,00	390,70	876	876	876	14.312,10
CONTADOR	1	292	3.504,00	390,70	292	292	292	4.770,70
SEGURIDAD	3	292	3.504,00	390,70	876	876	876	14.312,10
<b>TOTAL</b>								<b>41.770,03</b>
Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO MES	PRECIO MES* CAN	TOTAL-AÑO			
<b>2</b>	Servicios básicos	-----	-----	-----	-----			
	Agua	3	10,00	30,00	360,00			
	Luz eléctrica	3	30,00	90,00	1080,00			
	Internet	3	20,00	60,00	720,00			
	Teléfono	3	20,00	60,00	720,00			
<b>3</b>	Suministros de oficina	3	20,00	60,00	720,00			
<b>TOTAL DE SERVICIOS BÁSICOS Y SUMINISTROS DE OFICINA</b>								<b>3.600</b>
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>								<b>45.370,03</b>

Elaborado por: El Autor

Explicando el cuadro 150, al igual que en los costos de producción se realizó un rol de pagos así como servicios básicos del Centro en general, es decir que los costos referenciales son cotizaciones realizadas a usuarios del sector

*Gastos de Venta.-* Son los que se incurre para realizar las ventas como: publicidad, transporte, empaques, tickets, facturas, etc.

**Cuadro Nro. 154**  
**Gastos de Venta**

Nro.	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO MES	TOTAL-AÑO
1	Internet	Mes	20,00	240,00
2	Facturas – tickets	Mes	10,00	120,00
3	Teléfono	Mes	20,00	240,00
4	Tarjetas de presentación	1000	10,00	120,00
5	Trípticos informativos	1000	45,83	550,00
6	Afiches	1000	33,33	399,96
7	Cuñas publicitarias en radio	Mes	200,00	2400,00
<b>TOTAL</b>				<b>4069,96</b>

Elaborado por: El Autor

Se totalizó el capital de trabajo ponderando para un año se tiene:

**Cuadro Nro. 155**  
**TOTAL CAPITAL DE TRABAJO**

Nro.	DETALLE	TOTAL-AÑO
1	Costos de Producción	23.853,50
2	Gastos de Administración	45.370,03
3	Gastos de Venta	4069,96
<b>TOTAL</b>		<b>73.293,49</b>

Elaborado por: El Autor

El total de inversión para el “CENTRO CULTURAL” es:

**Cuadro Nro. 156**  
**TOTAL INVERSIONES**

Nro.	DETALLE	TOTAL-AÑO
1	INVERSIONES FIJAS	903243,93
2	INVERSIONES DIFERIDAS	26720,40
3	CAPITAL DE TRABAJO	73.293,49
<b>TOTAL INVERSIONES</b>		<b>1.003.257,82</b>

Elaborado por: El Autor

#### 4.3.6 Talento humano

Se valoró las actividades del talento humano dentro del centro cultural y se tomó en cuenta la producción que se generará, se determinó de la siguiente manera los cargos que se necesita para el funcionamiento inicial y cotidiano del proyecto:

El Centro Cultural se constituirá una empresa de economía mixta, los accionistas en este caso son representantes legales de cada institución pública, privada u organización comunitaria, que contribuya un porcentaje para la ejecución del proyecto, este conformarán el directorio ADMINISTRATIVO del mismo se delegará un concejo de VIGILANCIA y FISCALIZACIÓN; el cuerpo colegiado no percibirá recursos económicos es de servicio comunitario y sin fines de lucro

Se requiere de gerencia administrativa que represente legalmente a la Sociedad Civil y Comercial; a demás por ubicación geográfica de las etapas del Centro Cultural es necesario delegar un responsable administrativo para cada museo, como se ilustra en los (anexos 36, 37 y 38) se requiere de más colaboradores en

las oficinas de información de las 3 dependencias, guías turísticos que faciliten la información en el recorrido, personal de mantenimiento, contabilidad, secretaría, supervisión – de calidad. El siguiente cuadro ilustra el talento humano que la empresa requiere, ya que más adelante se propone un orgánico estructural:

**Cuadro Nro. 157**  
**Talento humano**

Nro.	TALENTO HUMANO	CARGO	RELACIÓN LABORAL
1	Accionistas de la Sociedad Civil y Comercial (economía mixta)	Directorio Administrativo Concejo de Vigilancia y fiscalización	Delegados elegidos por las organizaciones o instituciones miembros, presidida por el accionista mayoritario o su delegado de forma honorífica
2	Gerente/a general	Representación Legal, Administrativo, comercial y de gestión	Contrato laboral con beneficios de ley
3	Asistente administrativo	1.- Coordinación administrativa en el Museo del Coraza primera etapa 2.- Coordinación administrativa en el Museo de los Pendoneros segunda etapa 3.- Coordinación administrativa en el Museo del Inti Raymi tercera etapa	Contrato laboral con beneficios de ley
4	Secretario/a	Recepcionista, informativo y cobro de la Primera Etapa Recepcionista, informativo y cobro de la Segunda Etapa Recepcionista, informativo y cobro de la Tercera Etapa	Contrato laboral con beneficios de ley

5	Estudiantes del Segundo de Bachillerato del Colegio "Pedro Maldonado" especialidad turismo.	Guías turísticos	Compromiso institucional para ejercer pasantías de práctica de conocimientos, su relación es honorífica
6	Mantenimiento	Aseo de los museos	Contrato laboral con beneficios de ley
		Técnico	Contrato ocasional o venta de servicios ocasionales
7	Secretario/a – Contador/a	Secretario-contador	Contrato laboral con beneficios de ley
8	Seguridad	Guardianía primera etapa	Contrato laboral con beneficios de ley
		Guardianía Segunda etapa	
		Guardianía tercera etapa	
9	Docentes del Colegio "Pedro Maldonado"	Control de calidad de guías turísticos y gastronomía adjuntos al proyecto	Compromiso institucional para ejercer pasantías de práctica de conocimientos, su relación es honorífica

Elaborado por: El Autor

## CAPÍTULO V

### 5 ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo está constituido por la información económica financiera, misma que ayuda a determinar la rentabilidad y los riesgos en la toma de decisiones para el inversionista que revisa el proyecto

#### 5.1 DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO E INVESTIGACIÓN DIFERIDA

La propuesta de inversión permitirá determinar los activos fijos, diferidos y capital de trabajo que requiere el proyecto para dar inicio a la prestación del servicio para el cual es creado, y ver si se cuenta o no con el capital de inversión necesario, pudiendo así determinar posibles fuentes de financiamiento y su participación en el nivel de apalancamiento

Para lograr dicho presupuesto se adopta la siguiente estrategia: Asociar a Comunidades, Sector y Colegio de la Parroquia de San Rafael, Gobierno Parroquial, Gobierno Cantonal, Gobierno Provincial, Ministerio de Cultura y Ministerio Coordinador de Patrimonio, quienes aportan con recursos económicos, bienes muebles e inmuebles, educación, sensibilización y concienciación incluso mano de obra no calificada para la consecución del Centro Cultural detallados de la siguiente manera:

**Cuadro Nro. 158**  
**Propuesta de inversión para los accionistas**

<b>COMUNIDAD, SECTOR / INSTITUCIÓN</b>	<b>BIEN, RECURSO/ DETALLE</b>	<b>MONTO</b>	<b>%</b>
Centro Parroquial - Comité de Desarrollo	Aporte de mano de obra no calificada en la construcción del museo del Coraza	12198,06	1,2%
Comunidad de San Miguel Alto	Aporte del terreno y mano de obra no calificada para el museo de los Pendoneros	27198,06	2,7%
Comunidad de Pilchibuela de Tocagón	Aporte del terreno y mano de obra no calificada para el museo de la Rama de Gallos	32198,06	3,2%
Colegio Intercultural Bilingüe “José Pedro Maldonado Duque”	Aporte con la educación, sensibilización y con guías turísticos	40813,13	4,1%
Gobierno Autónomo Descentralizado de San Rafael de la Laguna	Aporte con terreno para la construcción del museo del Coraza y recursos económicos	34483,46	3,4%
Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo	Aporta con personal técnico, para la legalización y con recursos económicos para replanteo	46866,2	4,7%
Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Imbabura	Aporte económico para compra de materiales, accesorios y atuendos para el Centro Cultural tres etapas	509.500,85	50,8%
Ministerio de Cultura	Recursos económicos para recuperar el patrimonio cultural, Accesorios, atuendos, implementos e instrumentos.	150000	15,0%
Ministerio Coordinador de Patrimonio	Recursos económicos para recuperar y construir la infraestructura del Centro Cultural	150000	15,0%
<b>TOTAL INVERSIONES</b>		<b>1003257,82</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: El Autor

## 5.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos de la empresa se obtienen del cobro de ingreso al centro cultural, el mismo que se estimó en base a la demanda esperada, obteniéndose los siguientes resultados, y proyectándose los precios con una tasa de inflación

estimada del 5% y los turistas en función de la tasa de crecimiento turística que es del 7,2%

### 5.2.1 Ventas Proyectadas

**Cuadro Nro. 159  
INGRESOS PROYECTADOS**

<b>AÑOS</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>No TURISTAS</b>	<b>PRECIOS</b>					
19814	5	99070				
21241	5,25		111515,25			
24410	5,51			134560		
30071	5,79				174055	
39712	6,08					241.350,92
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>99.070,00</b>	<b>111.515,25</b>	<b>134.560,13</b>	<b>174.054,71</b>	<b>241.350,92</b>

Elaborado por: El Autor

### 5.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Los costos de operación del proyecto están constituidos por el total de la mano de obra, ya que se trata de la venta de un servicio y se les proyecta con la tasa promedio anual del 10% del incremento salarial de los últimos tres años realizados por el gobierno actual, se tomó el dato del rol de pagos operativo que es de **23.853,50**, este dividido a 12 meses da= **1987,79**

**Cuadro Nro. 160  
PROYECCIÓN DE ROL DE PAGOS ÁREA OPERATIVA**

<b>Año</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
2012	1.987,79	23.853,50
2013	2.186,57	26.238,85
2014	2.405,23	28.862,74
2015	2.645,75	31.749,01
2016	2.910,33	34.923,91

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 161**  
**PROYECCIÓN DE ROL DE PAGOS ÁREA ADMINISTRATIVA**

<b>Año</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
2012	3.480,84	41.770,03
2013	3.828,92	45.947,03
2014	4.211,81	50.541,74
2015	4.632,99	55.595,91
2016	5.096,29	61.155,50

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 162**  
**DEPRECIACIÓN ANUAL EDIFICIOS COMO ACTIVOS FIJOS**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>DIFERENCIA</b>
0		-407745,64
1	-20387,28	-387358,358
2	-20387,28	-366971,076
3	-20387,28	-346583,794
4	-20387,28	-326196,512
5	-20387,28	-305809,23
6	-20387,28	-285421,948
7	-20387,28	-265034,666
8	-20387,28	-244647,384
9	-20387,28	-224260,102
10	-20387,28	-203872,82
11	-20387,28	-183485,538
12	-20387,28	-163098,256
13	-20387,28	-142710,974
14	-20387,28	-122323,692
15	-20387,28	-101936,41
16	-20387,28	-81549,128
17	-20387,28	-61161,846
18	-20387,28	-40774,564
19	-20387,28	-20387,282
20	-20387,28	0,00

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 163**  
**DEPRECIACIÓN ANUAL EQUIPO DE CÓMPUTO**

<b>Años</b>	<b>Valor</b>	<b>Diferencia</b>
0		-9656,83
1	-3218,94	-6437,89
2	-3218,94	-3218,94
3	-3218,94	0,00

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 164**  
**DEPRECIACIÓN ANUAL MUEBLES Y ENSERES**

<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>	<b>DIFERENCIA</b>
0		-42084,79
1	-42084,479	-378760,311
2	-42084,479	-336675,832
3	-42084,479	-294591,353
4	-42084,479	-252506,874
5	-42084,479	-210422,395
6	-42084,479	-168337,916
7	-42084,479	-126253,437
8	-42084,479	-84168,958
9	-42084,479	-42084,479
10	-42084,479	0

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 165**  
**AMORTIZACIÓN DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>DIFERENCIA</b>
0		-26720,40
1	-5344,08	-21376,32
2	-5344,08	-16032,24
3	-5344,08	-10688,16
4	-5344,08	-5344,08
5	-5344,08	0

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 166**  
**TOTAL DEPRECIACIÓN**

Depreciación edificios	-20387,28
Depreciación equipo de cómputo	-3218,94
Depreciación muebles y enseres	-42084,479
Amortización gastos de constitución	-5344,08
<b>TOTAL</b>	<b>-71034,779</b>

Elaborado por: El Autor

#### 5.4 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

La inversión que el proyecto requiere para su implementación es de **\$1.003.257,82**, los mismos que se describen a continuación:

**Cuadro Nro. 167**  
**INVERSIONES INICIALES**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T	SUBTOTAL	INVERSIÓN
<b>INVERSIONES FIJAS</b>					<b>-472742,31</b>
<b>Instalaciones</b>				<b>-472742,31</b>	
Terreno primera etapa	1	-30000,00	-30000,00		
Terreno segunda etapa	1	-15000,00	-15000,00		
Terreno segunda etapa	1	-20000,00	-20000,00		
Construcción primera etapa	1	-158157,45	-158157,45		
Construcción segunda etapa	1	-124792,43	-124792,43		
Construcción tercera etapa	1	-124792,43	-124792,43		
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>				<b>-9656,83</b>	<b>-9656,83</b>
Equipos primera etapa	1	-5350,05	-5350,05		
Equipos segunda etapa	1	-2153,39	-2153,39		
Equipos tercera etapa	1	-2153,39	-2153,39		
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>				<b>-12495,00</b>	<b>-12495,00</b>
Muebles primera etapa	1	-5805,00	-5805,00		
Muebles segunda etapa	1	-3345,00	-3345,00		
Muebles tercera etapa	1	-3345,00	-3345,00		
<b>ENSERES</b>				<b>-408349,79</b>	<b>-408349,79</b>
Enseres primera etapa	1	-148527,07	-148527,07		
Enseres segunda etapa	1	-154227,36	-154227,36		
Enseres tercera etapa	1	-105595,36	-105595,36		
<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b>				<b>-26720,40</b>	<b>-26720,40</b>
Gastos de Constitución	1	-26720,40	-26720,40		
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>				<b>-73.293,49</b>	<b>-73.293,49</b>
Sueldos Administrativos	12	-3180,47	-41.770,03		
Salarios operativos	12	-1987,79	-23.853,50		
Suministros de oficina	12	-60,00	-720,00		
Gastos de Venta	12	-339,16	-4069,96		
Servicios Básicos	12	-240,00	-2880,00		
<b>TOTAL INVERSION</b>					<b>1.003.257,82</b>

Elaborado por: El Autor

#### 5.4.1 Capital de Trabajo

Es la diferencia aritmética entre el activo circulante y pasivo circulante, representado por el capital con que hay que contar para empezar a operar el negocio, es también una inversión inicial, tiene una diferencia muy importante en relación con el activo fijo, su naturaleza es líquida

**Cuadro Nro. 168**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

CONCEPTO	COSTO
Sueldos administrativos	\$41.770,03
Salarios operativos	\$23.853,50
Servicios básicos	\$2.880,00
Suministros de oficina	\$720,00
Gastos de venta	\$4.069,96
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 73.293,49</b>

Elaborado por: El Autor

#### 5.5 ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS.

El estado de pérdidas y ganancias proyectado, no genera resultados favorables en el periodo de ejecución del proyecto, excepto el último año de gestión, proyectándose los gastos a una tasa inflacionaria del 5%

**Cuadro Nro. 169**  
**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS**

<i>ESTADO DE RESULTADOS</i>					
AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos	99.070,00	111.515,25	134.560,13	174.054,71	241.350,92
<b>Costo de Operación</b>	23.853,50	26.238,85	28.862,74	31.749,01	34.923,91
<b>Gastos operacionales</b>	120.474,73	125.035,23	130.032,61	135.509,58	141.513,11
(-) Remuneraciones	41.770,03	45.947,03	50.541,74	55.595,91	61.155,50
(-) Suministros de oficina	720	756	793,8	833,49	875,16
(-) depreciaciones y amortizaciones	71034,779	71034,779	71034,779	71034,779	71034,779
(-) Gasto Publicidad	4.069,92	4.273,42	4.487,09	4.711,44	4.947,01
(-) Gasto Arriendo	0	0	0	0	0
(-) Gasto Servicios Básicos	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
(-) Gastos Varios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) beneficio neto antes imp.</b>	<b>-45.258,23</b>	<b>-39.758,83</b>	<b>-24.335,22</b>	<b>6.796,12</b>	<b>64.913,90</b>
40% de impuestos	0	0	0	2.718,45	25.965,56
<b>beneficio neto</b>	<b>-45.258,23</b>	<b>-39.758,83</b>	<b>-24.335,22</b>	<b>4.077,67</b>	<b>38.948,34</b>

Elaborado por: Autor

**Cuadro Nro. 170**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**

<i>DETALLE</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	45.370,03	49.907,03	54.897,74	60.387,51	66.426,26
GASTOS DE VENTA	4.069,92	4.273,42	4.487,09	4.711,44	4.947,01
DEPRECIACIONES	71034,779	71034,779	71034,779	71034,779	71034,779
ARRIENDOS	0	0	0	0	0
OTROS	0	0	0	0	0
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>120.474,73</b>	<b>125.215,23</b>	<b>130.419,61</b>	<b>136.133,73</b>	<b>142.408,05</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
MATERIA PRIMA	0	0	0	0	0
MANO OBRA DIRECTA	23.853,48	26.238,83	28.862,71	31.748,98	34.923,88
MATERIALES DIRECTOS	0	0	0	0	0
MATERIALES INDIRECTOS	0	0	0	0	0
SERVICIOS BÁSICOS	0	0	0	0	0
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>23.853,48</b>	<b>26.238,83</b>	<b>28.862,71</b>	<b>31.748,98</b>	<b>34.923,88</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>144.328,21</b>	<b>151.454,06</b>	<b>159.282,32</b>	<b>167.882,71</b>	<b>177.331,93</b>
<b>VENTAS</b>	<b>99.070,00</b>	<b>111.515,25</b>	<b>134.560,13</b>	<b>174.054,71</b>	<b>241.350,92</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO %</b>	1,60	1,47	1,23	0,96	0,69
<b>VENTAS EN DÓLARES</b>	<b>158.680,98</b>	<b>163.742,89</b>	<b>166.033,19</b>	<b>166.505,71</b>	<b>166.501,02</b>
<b>CAPACIDAD DE EQUILIBRIO</b>	0,62	0,68	0,81	1,05	1,45

Elaborado por: El Autor

El punto de equilibrio está establecido en el 151% para la cobertura de los costos fijos, ya que los variables están ya disminuidos del total de ventas. La capacidad de equilibrio se ubica en 0,66, que indica que por cada dólar de venta están disponibles 0,66 centavos, para cubrir los costos fijos y las utilidades y los 0,34 centavos restantes cubren los costos variables del proyecto. Los dos últimos años del proyecto el punto de equilibrio es del 90% y 0,65% respectivamente para la cobertura de los costos fijos, y la capacidad de equilibrio se ubica en 1,11% y 1,54%, que indica que por cada dólar de venta están disponibles 1,11 y 1,54 respectivamente para cubrir los costos fijos, costos variables y las utilidades queda 0,11 y 0,54

## 5.6 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto.

**Cuadro Nro. 171**  
**FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

<b>FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS</b>							
<b>AÑOS</b>		<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>FUENTES DE INGRESOS :</b>							
BENEFICIO NETO			-45.258,23	-39.758,83	-24.335,22	6.796,12	64.913,90
DEP. Y AMORT.			71034,779	71034,779	71034,779	71034,779	71034,779
FLUJO NETO OPERACIONAL			25.776,55	31.275,95	46.699,56	77.830,90	135.948,68
<b>INGRESOS FINANCIEROS :</b>							
Aporte propio		-1.003.257,82					
Finan. Bancos Inicial		0,00					
Préstamo Adicional		0,00					
<b>OTROS INGRESOS</b>		<b>-1.003.257,82</b>	28.035,22	40.480,47	63.525,35	103.019,93	170.316,14
<b>TOTAL INGRESOS :</b>		<b>-1.003.257,82</b>	53.811,77	71.756,42	110.224,91	180.850,83	306.264,82
<b>EGRESOS DE FONDOS :</b>							
INVERSIÓN FIJAS INICIALES		-1.003.257,82					
<b>NUEVAS COMPRAS A. FIJOS</b>							
COSTO MERCADERÍA			23.853,48	26.238,83	28.862,71	31.748,98	34.923,88
(fletes y sueldos)							
EGRESOS OPERACIONALES			120.474,73	125.035,23	130.032,61	135.509,58	141.513,11
( No cons. en Result.)							
Préstamo Bancario			0,00	0	0	0	0

<b>TOTAL EGRESOS</b>			<b>-1.003.257,82</b>	<b>144.328,21</b>	<b>151.274,06</b>	<b>158.895,32</b>	<b>167.258,56</b>	<b>176.436,99</b>
<b>FLUJO NETO FONDOS :</b>			-1.003.257,82	-90.516,44	-79.517,64	-48.670,41	13.592,27	129.827,83
FLUJO DE CAJA				-69940,38	-54057,70	-25289,73	12408,26	55785,33
ACUMULATIVO								
=								
<b>tasa de descuento</b>		<b>10%</b>						
<b>valor actual neto</b>		<b>(\$ 1.097.932,78)</b>						
<b>tasa interna de retorno</b>		<b>Negativo</b>						
<b>costo beneficio</b>		<b>0,32</b>						
	Flujo Efectivo		0	53.811,77	71.756,42	110.224,91	180.850,83	306.264,82
	Factor Actual		1	1,096	1,201216	1,316533	1,4429199	1,5814402
	Resultado		0	49098,3303	59736,4837	83723,6211	125336,708	193661,967
					108834,814	192558,435	317895,143	511557,11
sumatoria de flujos actualizados			511.557,11					
Egresos			<b>-1.003.257,82</b>	<b>144.328,21</b>	<b>151.274,06</b>	<b>158.895,32</b>	<b>167.258,56</b>	<b>176.436,99</b>
Factor actualización			1	1,096	1,201216	1,316533	1,4429199	1,5814402
resultado Egreso actual			<b>1.003.257,82</b>	131686,323	125934,103	120692,242	115916,732	111567,285
Sumatoria de egresos actual			1.609.054,51					
	<b>B/C</b>		511557,11					
			1.609.054,51					
			<b>0,32</b>					

Elaborado por: El Autor

## 5.7 DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

**Cuadro Nro. 172**

### Costo de oportunidad

<b>INVERSION INICIAL</b>	<b>-1.003.257,82</b>
<b>APORTE PROPIO - 100%</b>	<b>-1.003.257,82</b>
<b>PRESTAMO</b>	0
<b>TASA INTERES</b>	0%
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	10%
<b>PREMIO AL RIESGO</b>	5%
<b>PLAZO CREDITO</b>	-
<b>PERIODO DE GRACIA</b>	-
<b>PLAZO DE PAGO</b>	-

Elaborado por: El Autor

**Cuadro Nro. 173**

### Cálculo del costo de oportunidad

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR NOMINAL</b>	<b>%</b>	<b>TAZA DE PONDERACIÓN</b>	<b>COSTO NETO</b>
INVERSIÓN FINANCIERA	-	0%	9,21%	0%
INVERSIÓN PROPIA	- 1.003.257,82	100%	5,00%	5%
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>- 1.003.257,82</b>	<b>100%</b>	<b>COSTO CAPITAL</b>	<b>5%</b>
<b>TASA DE REDESCUENTO</b>	<b>COSTO CAPITAL</b>	<b>MÁS</b>	<b>INFLACIÓN</b>	
<b>TASA DE REDESCUENTO</b>	5%			5%
<b>TASA DE REDESCUENTO</b>	10%			

Elaborado por: El Autor

El cálculo se la hizo de acuerdo al índice de inflación del 5% correspondiente al 2011, fuente del Banco Central del Ecuador y el Ministerio de Finanzas, no se requerirá de un financiamiento de terceros ya que se cuenta con el dinero a invertir, la creación de la empresa con un premio al riesgo del 5%

## 5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA, BENEFICIO-COSTO, PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

### 5.8.1 Evaluación Financiera VAN y TIR

#### 5.8.1.1 VAN o Valor Actual Neto

Donde la fórmula para el cálculo del VAN es la siguiente:

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

I = inversión

Q<sub>n</sub> = es el flujo de caja del año n

r = la tasa de interés con la que estamos comparando y

N = el número de años de la inversión:

$$VAN = -1.097.932,78$$

En la actualidad los sistemas informáticos calculan directamente estas formulas tomando en cuenta los flujos de **caja netos** de una tasa de descuento del 10%, da un VAN negativo de \$ **-1.097.932,78** lo que indica que el proyecto no es económicamente rentable y factible de realizarlo

#### 5.8.1.2 TIR o Tasa Interna de Retorno

Se puede calcular con la misma fórmula del VAN, despejando la tasa de interés que es sinónimo de TIR

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

La tasa interna de retorno ya no es necesario realizar el cálculo en vista de que el valor actual neto es negativo, por lo que se concluye que el proyecto no es rentable y por lo tanto no es factible para su realización, pero al tratarse de un proyecto financiado con recursos públicos se hace menester considerar su

aplicación ya que lo que se pretende es la de lograr un beneficio de expansión cultural y de desarrollo para la comunidad, tomando en cuenta que a partir del cuarto año ya se obtiene utilidades.

#### 5.8.2 Tiempo de Recuperación

El proyecto no recupera la inversión durante los primeros cinco años de ejecución del proyecto, ya que se lo puede comprobar por el valor negativo del valor actual neto, en este caso el Centro Cultural “ESENCIA DE CURACAS” es un proyecto a mediano largo plazo, con enfoque social

#### 5.8.3 Beneficio – Costo

$$\mathbf{B/C= 0,32}$$

Refleja el resultado de 0,32, lo que significa, que por cada dólar invertido se recuperan 0,32 centavos de dólar

## CAPÍTULO VI

### 6 PROPUESTA ESTRATÉGICA

#### 6.1 LA EMPRESA

Es una Empresa de Economía Mixta SIN FINES DE LUCRO asociando a instituciones públicas descentralizadas como: El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de San Rafael de la Laguna, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo y el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Imbabura; Instituciones públicas de Estado como el Ministerio de Cultura, Ministerio de Coordinación y Patrimonio; Institución Educativa como el Colegio Intercultural Bilingüe José Pedro Maldonado Duque de la Parroquia de San Rafael de la Laguna; Comunidades de San Miguel Alto y Pilchibuela de Tocagón de San Rafael de la Laguna; Sector Centro Parroquial también de San Rafael de la Laguna, quienes cumplirán con un propósito social de recuperar, revitalizar, proteger, socializar, educar, difundir, propender, exhibir, documentar y sistematizar el patrimonio tangible e intangible, así como mantener las fiestas culturales y tradicionales con valor histórico trascendidas de generación en generación y propiciando la pluriculturalidad; de manera que su producto final sea un servicio de calidad para los clientes, visitantes, turistas nacionales a internacionales, a la vez se dinamice la economía local, cantonal y provincial

#### 6.2 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La propuesta de nombre para su reconocimiento legal, comercial y social de la empresa es “CENTRO CULTURAL ESENCIA DE CURACAS S.C.C.” Con el logo tipo correspondiente que se grafica a continuación

**Gráfico Nro. 55**  
**LOGOTIPO DEL CENTRO CULTURAL**



Elaborado por: El autor

### 6.3 TITULARIDAD DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

Según la Ley de Compañías y la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, y Sector Financiero Popular y Solidario en el Ecuador, presenta varias opciones de constitución económica y legal de una empresa, mencionadas en el marco teórico, de las cuales; por tener un propósito social y colectivo, tener un capital social alto, por incorporar a sectores, comunidades, instituciones públicas, sectores sociales y educativos, Se tomó la decisión de Constituirle una Compañía de ECONOMÍA MIXTA, esta debe reunir los siguientes requisitos:

- Gastos generales de Constitución
- Gastos Notariales
- Traslados aprobación de la compañía
- Honorarios profesionales
- Avalúo Notario Bienes Muebles e Inmuebles
- Levantamientos Planimétricos
- Patente y permiso Municipal
- Permiso de seguridad (Bomberos)

Requisitos principales que entre otros menores deben cumplirse para el funcionamiento adecuado de la Compañía (Ver anexo 54)

#### 6.4 TIPO DE EMPRESA (SECTOR ACTIVIDAD)

Para determinar el tipo de empresa que es nuestra actividad económica, se analizó de acuerdo a los siguientes criterios: Según el Sector de Actividad, su tamaño, la Propiedad de Capital, el Ámbito de Actividad, el Destino de los Beneficios y Según la Forma Jurídica, se desarrolla así:

***Según el Sector de Actividad.***- Se identifica como: Empresa del Sector Terciario o de Servicios

***Según su Tamaño.***- Se identifica como: Pequeña Empresa ya que no excede de 21 trabajadores para elaborar, comercializar y mantener con los servicios

***Según la Propiedad de Capital.***- Se identifica como: Empresa Mixta

***Según el Ámbito de Actividad.***- Se identifica como: una Empresa Local ya que la infraestructura y los actos culturales se desarrollan en la parroquia

***Según el Destino de los Beneficios.***- Se identifica como: Empresa sin Ánimo de Lucro ya que los excedentes de los ejercicios financieros se vuelcan a la propia empresa

***Según la Forma Jurídica.***- Se identifica como: Empresa de Economía Mixta

#### 6.5 BASE FILOSÓFICA

La base filosófica es cumplir con el compromiso social, de protección del patrimonio tangible e intangible, de revitalizar, mantener y trascender las fiestas tradicionales, culturales y religiosas de la parroquia de San Rafael de la Laguna, y a través de estas generar calidad de vida, brindar esperanza de días mejores y propender a contribuir con el “Buen Vivir” tipificada en la Constitución de la República, implementando políticas y contribuyendo a mantener principios y valores que ennoblezca el desarrollo social sin fines de lucro, aflorando la moral,

contribuyendo a la integridad, interculturalidad y pluriculturalidad, para responder a los cambios que la modernidad exige sin olvidar la biodiversidad una concordancia con la pacha mama y la cosmovisión de los pueblos autóctonos que desembocaron a vivir y expresar sentimientos de culto, tradición y religión

## 6.6 MISIÓN

La misión es con propósito social; Para recuperar, revitalizar, educar y proteger el patrimonio tangible e intangible de la parroquia; Así como revivir, celebrar, fomentar y mantener las expresiones culturales, religiosas y festivas que han surgido y trascienden los límites-culturales y generacionales, generar una identidad sin ánimo de lucro empresarial, pero con el firme propósito del desarrollo cultural y socio-económico de San Rafael de la Laguna y el cantón

## 6.7 VISIÓN

Para 2017 se haya recuperado, revitalizado, se esté educando y protegiendo el patrimonio tangible e intangible de la parroquia; Así como se celebren, fomenten y se mantenga las expresiones culturales e intergeneracionales, religiosas y festivas que han surgido y trascienden los límites-culturales, con una identidad sin ánimo de lucro empresarial, y aportando al desarrollo cultural y socio-económico de San Rafael de la Laguna y el cantón

## 6.8 PRINCIPIOS Y VALORES

Como toda empresa legalmente constituida es importante declarar los principios y valores a los que se regirá el “CENTRO CULTURAL ESENCIA DE CURACAS”

### **Principios:**

a).- La unidad económica.- Se expresa en un único orden económico-social y solidario entre instituciones asociadas para que el reparto de las competencias y la distribución de los recursos no produzcan inequidades

- b).- La igualdad de trato.- Implica que todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes, obligaciones y oportunidades en el marco del respeto a los principios de interculturalidad y pluriculturalidad, equidad de género, generacional, los usos y costumbres dentro de la institución
- c).- Lealtad.- Tener el compromiso de respaldar y premiar la lealtad del equipo de talento humano “colegas”, proveedores y clientes
- d).- Apertura.- Se trabajará abiertamente en equipo, compartiendo y contribuyendo con conocimiento, experiencia e ideas
- e).- Alegría.- El trabajo deberá ser divertido, que los colaboradores se asocien a la empresa y trabajen con energía, creatividad, compromiso y alegría, lo cual genera espíritu de cuerpo y un propósito común
- f).- Equidad.- En todas las áreas, tanto dentro como fuera se actuara con sentido ético y de equidad
- g).- Desafiantes.- Sin convencionalismos, se desafiará los conocimientos acertados, se liderara el desarrollo, se procurara pensar creativamente y aprender de errores cometidos
- h).- Excelencia.- Se impulsará con alto desempeño y energía al mejoramiento y excelencia constante para brindar servicios de calidad con calidez, trabajando juntos por la eficiencia, eficacia y efectividad
- i).- Sustentabilidad.- Impulsar el desarrollo institucional centrado en los habitantes de su entorno, su identidad cultural y valores comunitarios, conlleva en asumir una visión integral asegurando los aspectos sociales, económicos, ambientales, culturales armonizados en la institución
- j).- Cultura.- Se evidencia a través de la preservación, promoción y difusión del patrimonio cultural de los pueblos, de la cultura regional y de las culturas autóctonas de la parroquia

**Valores:**

- a).- Se respetará la dignidad e individualidad de todos los clientes, miembros y personal, se valorará sus conocimientos, destrezas y experiencias
- b).- Se brindará y promoverá igualdad de oportunidades de empleo, cuidado y desarrollo personal, la diversidad se respetará y será bienvenida, la discriminación basada en prejuicios no será tolerada
- c).- Se compartirá el suministro y mantenimiento del entorno procurando que este sea saludable, seguro y confiable, y que tenga relación con un entorno más amplio con efectos sobre él
- d).- Se involucrará a los clientes y personal en las decisiones que afecten sus vidas y trabajo mediante consultas apropiadas
- e).- Se compartirá la responsabilidad de administración de recursos y se procurará prudencia en el uso del tiempo, dinero y recursos aportados por el personal y los miembros
- f).- Se estimulará un clima de debate abierto y de análisis, pero se mantendrá el principio de confidencialidad para todos los clientes y el personal
- g).- Se estimulará la participación de una buena práctica y desarrollo del conocimiento, destrezas y potencial y se respetará los estándares profesionales
- h).- Se trabajará en equipo con otras organizaciones para que este agregue valor al trabajo que se desarrolla
- i).- Se Celebrará triunfos y se aprenderá de errores ya que se procura una responsabilidad compartida de continuar aprendiendo y mejorando como individuos y como organización

## 6.9 LA ORGANIZACIÓN

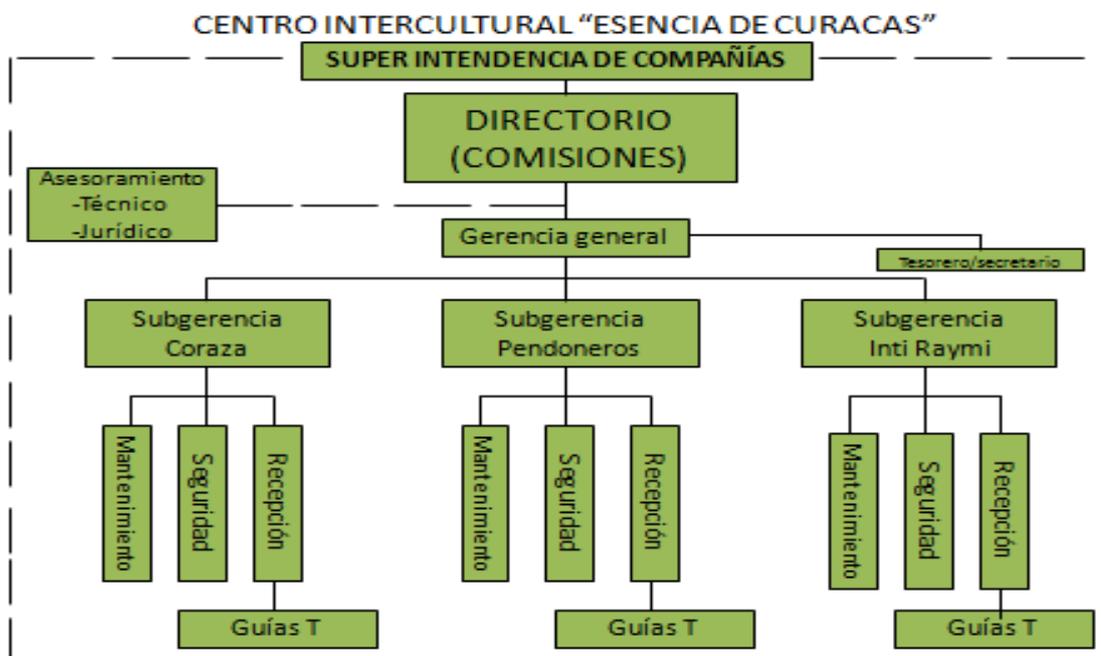
La organización, por la dimensión “pequeña empresa”, especialización “fiestas tradicionales culturales de San Rafael de la Laguna”, descentralización con los “tres museos o etapas” y por la línea limitada de productos “servicio de

turismo cultural”, se adapta con la “Organización Funcional”, herramienta que sirve de apoyo y manejo ágil para la buena administración; se propone una pequeña empresa que ofrezca una línea limitada de productos, para aprovechar con eficiencia los recursos especializados, facilitando mucho la supervisión, pues cada subgerente sólo debe ser experto en una gama limitada de habilidades, además facilita la conformación del equipo de colaboradores en cada etapa, este tema se amplía en el Orgánico Estructural y de Funciones, que cada uno de los niveles estará enmarcado para desarrollar su trabajo con eficiencia, eficacia y efectividad

## 6.10 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Para la empresa de economía mixta denominada “CENTRO CULTURAL ESENCIA DE CURACAS CSC” es normada por la Ley de Compañías y supervisada por la Súper Intendencia de Compañías, de tal manera se propone un organigrama dinámico que mantenga un liderazgo en línea vertical, pero a la vez se genere un equipo de trabajo productivo con un liderazgo en línea horizontal, de tal manera que esta estructura se consolide en el trabajo cotidiano; se grafica:

**Gráfico Nro. 56**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



Elaborado por: El autor

Del gráfico anterior propuesto se tiene la siguiente explicación:

***Superintendencia de compañías.-*** Es el ente normativo, regulador y de control del funcionamiento adecuado de la empresa

***Directorio.-*** Esta conformado por los accionistas, presidida por uno de ellos en común acuerdo o el mayor accionista distribuido en dos comisiones Administrativo y de Vigilancia y Fiscalización

***Asesoramiento Técnico- Jurídico.-*** Son profesionales contratados temporalmente para obtener información adecuada en la toma de decisiones y resolución técnica de problemáticas en los atuendos, implementos, esculturas o en otras

***Gerencia General.-*** Es la persona contratada luego del concurso de méritos y oposición, es responsable del funcionamiento administrativo, comercial, y la representación legal adecuada de la empresa

***Secretaría/Tesorería.-*** Esta persona ejerce las dos funciones secretaría y la tesorería, ya que es una empresa pequeña y no hay constantes movimientos económicos como para separarlos, a demás es muy necesario que la empresa cuente con un/a secretario/a para apoyo administrativo, será solidariamente responsable con el Gerente General

***Subgerencias 1ra Etapa; 2da Etapa y 3ra Etapa.-*** Son personas encargadas y responsables directamente del buen funcionamiento del “Museo de la Fiesta del Coraza; Museo de la Fiesta de los Pendoneros y Museo de la Fiesta del Inti Raymi o Rama de Gallos”, su superior es el Gerente General, trabajaran coordinadamente entre subgerentes, bajo su coordinación están el personal de recepcionistas, guías turísticos, vigilancia y mantenimiento; de igual forma deben ser contratados en concursos de méritos y oposición deben tener conocimientos administrativos, liderazgo y de la historia cultural de las fiestas tradicionales

***Recepcionistas.-*** Son personas que representan la imagen institucional ya que reciben directamente a los clientes y deben tener conocimientos bastos de la historia cultural de las fiestas tradicionales, así como de marketing y contabilidad,

deben ser contratada por méritos y oposición, trabajarán bajo la coordinación directa de su Subgerente respectivamente e indirecta de todos los superiores, deben conformar un equipo con los compañeros de guías turísticos, vigilancia y mantenimiento

***Seguridad y Vigilancia.-*** Deben tener conocimientos básicos de la historia cultural, de las tradiciones y costumbres de la Parroquia de San Rafael, representan la imagen institucional, tienen la gran responsabilidad de cuidar, proteger y custodiar la integridad de las personas como de los bienes de la institución así como de los visitantes; estarán directamente bajo la coordinación de su subgerente e indirectamente con todos los superiores, debe formar el equipo de trabajo con recepcionistas y de mantenimiento

***Mantenimiento.-*** Son personas dedicadas a brindar mantenimiento preventivo y correctivo en los atuendos, implementos, esculturas u otros con menor dificultad; a demás mantienen las instalaciones del centro cultural higiénicamente limpios contribuyen a la imagen institucional, laboran bajo la coordinación directa del subgerente e indirectamente de todos los superiores, trabajan en equipo con los recepcionistas y seguridad

***Guías Turísticos.-*** Son personas conocedoras de la historia cultural, de las tradiciones y costumbres de la Parroquia de San Rafael, son quienes están estrechamente ligadas al cliente “visitante”, por lo tanto debe tener una imagen empresarial impecable, laborarán bajo la coordinación directa de la recepción y el subgerente respectivo

## 6.11 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

La empresa de economía mixta para su buen funcionamiento debe regirse a la Ley de Compañías y supervisada por la **Súper Intendencia de Compañías**, por ende debe tener definida las acciones del talento humano inmerso, con la finalidad de promover la eficiencia, eficacia y efectividad como requisitos para lograr mantenerse la sociedad civil y comercial; más adelante se tipifica las funciones por cada nivel del orgánico funcional propuesto:

**Directorio.-** Son funciones del Directorio: (Dotar e invertir los recursos comprometidos para con el proyecto) Conformar las comisiones de Administración y de Vigilancia y Fiscalización; Analizar y resolver aumento de capital de requerirse; Convocar e informar el estado de la empresa a los accionistas; Entre otras funciones de las comisiones son:

-De la Comisión de Administración.- Conformar un directorio presidente, vicepresidente, secretario y vocalías; Analizar y apoyar en la creación de políticas administrativas empresariales; Contratar al Gerente General e incidir en la contratación del talento humano; Apoyar en la administración de los recursos de la Sociedad Civil y Comercial; Junto con la gerencia rendir cuentas a los accionistas; Analizar y aprobar estrategias administrativas que la gerencia proponga; Analizar, aprobar o negar los gastos mayores a 5000 USD (cinco mil dólares); Crear, analizar y actualizar reglamentos internos; Representar solidariamente con la gerencia en asuntos judiciales y extrajudiciales; Revisar o actualizar la Constitución de la Sociedad Civil y Comercial y; Cumplir y hacer cumplir todas las funciones sin contraponerse a la Ley de Compañías

-De la Comisión de Vigilancia y Fiscalización.- Conformar un directorio presidente, vicepresidente, secretario y vocalías; Velar por el buen uso de los recursos; Evaluar periódicamente los procesos administrativos; Vigilar a que se contrate con los debidos procesos al Gerente General y al equipo del talento humano; Analizar y proponer medidas correctivas a la Comisión Administrativa y/o gerencia; Velar por el manejo adecuado del patrimonio recuperado que cumpla con los objetivos sociales culturales y educativos; Llevar un control permanente de calidad en servicios a clientes internos y externos; Realizar auditorías y arqueos de caja en diferentes fechas e inesperadamente y; Cumplir y hacer cumplir todas las funciones sin contraponerse a la Ley de Compañías

**Asesoramiento Técnico- Jurídico.-** Son funciones de los asesores: Brindar servicios profesionales de calidad encaminados al asesoramiento o resolución de situaciones que surjan en la empresa; Propiciar información adecuada con corresponsabilidad en la toma de decisiones y resolución de problemáticas; Garantizar los servicios prestados a la sociedad y estar sujeto a ser evaluado por la

comisión de fiscalización si esta lo requiere; Cumplir con el propósito de los servicios prestados en plazos, calidad, eficiencia y efectividad; Cumplir y hacer cumplir todas las funciones sin contraponerse a la Ley de Compañías y respetando a las normas que les enmarque para dicha función

**Gerencia General.-** Son funciones de la Gerencia General: Representar legalmente en asuntos judiciales y extrajudiciales; Administrar, responsabilizarse y responder de los recursos de la sociedad civil y comercial; Implementar estrategias de comercialización de los productos empresariales; Proponer e implementar políticas administrativas; Proponer e implementar reglamentos internos; Contratar y despedir al equipo de talento humano conjuntamente con el directorio; Rendir cuentas semestrales al directorio y anuales a los accionistas o sociedad en general; Responder solidariamente de cualquier acto de corrupción presentado en la empresa y; Cumplir y hacer cumplir con todas las funciones designadas por la Sociedad Civil y Comercial y de la Ley de Compañías sin contraponerse a ellas

**Secretaría/Tesorería.-** Son funciones del/a secretaria/tesorera: Cumplir con las disposiciones del gerente general; Actuar como secretaria/o en las sesiones/reuniones y llevar las actas al día de la Sociedad Civil y Comercial; Sistematizar, archivar, custodiar y responsabilizarse de los documentos de la empresa; Llevar la contabilidad de la empresa; Proporcionar estados de cuentas, de resultados, financieros u otros cuando la administración lo ameriten; Permitir auditorías, arqueos de caja cuando la comisión de fiscalización u otros lo ameriten; Responder solidariamente con el gerente general de actos administrativos relacionados a mal uso de los recursos; Manejar con la corresponsabilidad del gerente las transferencias de recursos o bienes de la sociedad; Sistematizar, documentar y archivar el funcionamiento histórico económico de la empresa y; Cumplir con todas las funciones designadas por la Sociedad Civil y Comercial y de la Ley de Compañías sin contraponerse a ellas

**Subgerencia de la 1ra, 2da y 3er Etapa.-** Son funciones de los Subgerentes: Cumplir y hacer cumplir con las Leyes, normas, políticas institucionales, acuerdos, compromisos y disposiciones del Gerente general; Coordinar y

concatenar acciones y estrategias comerciales, administrativas y corporativas entre Subgerentes de las tres etapas; Administrar, responsabilizarse y responder de los recursos de la sociedad civil y comercial encomendados; Sugerir la implementación de estrategias en la comercialización de los productos empresariales; Sugerir políticas administrativas; Rendir cuentas mensuales al Gerente General; Responder solidariamente de cualquier acto de corrupción presentado en la empresa y; Cumplir y hacer cumplir con todas las funciones designadas por la Sociedad Civil y Comercial y de la Ley de Compañías sin contraponerse a ellas

***Recepcionistas de la 1ra, 2da y 3er Etapa.-*** Son funciones de los recepcionistas: Cumplir con las Leyes, normas, políticas institucionales, acuerdos, compromisos y disposiciones del Subgerente respectivo y Gerente general; responsabilizarse y responder de los recursos de la sociedad civil y comercial encomendados; Aplicar las herramientas y estrategias de comercialización de los productos empresariales; Realizar cobros de entradas a las instalaciones a cargo; Proporcionar información adecuada y oportuna a los clientes internos y externos; Rendir cuentas semanales al Subgerente; Permitir arqueos de caja cuando la sociedad lo requiera; Depositar diariamente el dinero recaudado en la cuanta de la Sociedad Civil y Comercial; Responder directa y solidariamente de cualquier acto de corrupción presentado en su área de trabajo y; Cumplir con todas las funciones designadas por la Sociedad Civil y Comercial y de la Ley de Compañías sin contraponerse a ellas

***Seguridad y Vigilancia de la 1ra, 2da y 3er Etapa.-*** Son funciones de los guardias de seguridad y vigilancia: Cumplir con las Leyes, normas, políticas institucionales, acuerdos, compromisos y disposiciones del Subgerente y Gerente general; Responsabilizarse y responder de los recursos de la sociedad civil y comercial encomendados; Proporcionar información adecuada y oportuna a los clientes internos y externos; Identificar, neutralizar y denunciar cualquier tipo de amenaza contra la integridad de personas, bienes o imagen institucional; Responder directa y solidariamente de cualquier acto de corrupción presentado en su área de trabajo y; Cumplir con todas las funciones designadas por la Sociedad Civil y Comercial y de la Ley de Compañías sin contraponerse a ellas

***Mantenimiento de la 1ra, 2da y 3er Etapa.-*** Son funciones del personal de mantenimiento: Cumplir con las Leyes, normas, políticas institucionales, acuerdos, compromisos y disposiciones del Subgerente y Gerente general; Responsabilizarse y responder de los recursos de la sociedad civil y comercial encomendados; Proporcionar información adecuada y oportuna a los clientes internos y externos; Identificar y denunciar cualquier tipo de amenaza contra la integridad de bienes o imagen institucional; Responder directa y solidariamente de cualquier acto de corrupción presentado en su área de trabajo; Mantener higiénicamente impecable las instalaciones de Centro Intercultural; Controlar y brindar mantenimiento correctivo a los artículos del Centro o informar al inmediato superior si este requiere de intervención técnica y; Cumplir con todas las funciones designadas por la Sociedad Civil y Comercial y de la Ley de Compañías sin contraponerse a ellas

***Guías Turísticos de la 1ra, 2da y 3er Etapa.-*** Son funciones de los guías turísticos: Cumplir con las Leyes, normas, políticas institucionales, acuerdos, compromisos y disposiciones del Gerente general, Subgerente y la recepcionista; Responsabilizarse y responder de los recursos de la sociedad civil y comercial encomendados; Aplicar las herramientas y estrategias de comercialización de los productos empresariales; Proporcionar información adecuada y oportuna a los clientes internos y externos; Rendir cuentas semanales al Subgerente; Responder directa y solidariamente de cualquier acto de corrupción presentado en su área de trabajo y; Cumplir con todas las funciones designadas por la Sociedad Civil y Comercial y de la Ley de Compañías sin contraponerse a ellas

## 6.12 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Son las grandes acciones o caminos a seguirse para el logro de los objetivos, el Centro Cultural “Esencia de Curacas SCC”, adoptará las siguientes estrategias:

**Estrategia – Servicio** Superar las necesidades y deseos de los clientes; mediante la **estrategia de la innovación**, con el diseño y ejecución de paquetes Turísticos

de servicios integrados, que generen valor agregado para el cliente como son: las promociones, puntualidad y financiamientos

**Estrategia – Tecnología** Implantar la **estrategia de diferenciación**, es decir que la empresa cuente con equipos actualizados y procesos de mejoramiento continuo para satisfacer las expectativas del cliente, estos deberán estar basados en la honradez y cumplimiento de las actividades; brindando garantía total y transparencia en los servicios

#### 6.13 ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS DE POSICIONAMIENTO

El Centro Cultural, adoptará las siguientes estrategias:

Es de vital importancia **analizar la comercialización**, determinar las formas de comercialización ya que dota de herramientas para el proyecto; con estos argumentos lograr determinar el *nicho de mercado*, **Estrategia – Social** Con la **estrategia de inducción** se busca cambiar la percepción y estimular el hábito de participar, asistir a espacios y eventos culturales esto se lo puede realizar a través de material promocional de servicios e Información calificada al momento mismo de realizar el servicio o la ruta turística, a demás generar satisfacción para que el cliente satisfecho recomiende a otros

#### 6.14 ESTRATEGIAS OPERATIVAS

El Centro Cultural, adoptará las siguientes estrategias:

**Estrategia - Gestión Empresarial** Con la **estrategia de desarrollo**, se obtendrá una organización, flexible dinámica y proactiva por medio del trabajo en equipo, capacitación del talento humano e innovación de los procesos de la prestación de servicios

#### 6.15 ESTRATEGIAS FINANCIERAS

El Centro Cultural, requiere del siguiente presupuesto:

**Cuadro Nro. 174**  
**TOTAL INVERSIONES**

<b>INVERSIONES</b>	<b>1.097.932,78</b>
--------------------	---------------------

Elaborado por: El Autor

Para lograr dicho presupuesto se adopta la siguiente estrategia: Asociar a Comunidades, Sector y Colegio de la Parroquia de San Rafael, Gobierno Parroquial, Gobierno Cantonal, Gobierno Provincial, Ministerio de Cultura y Ministerio Coordinador de Patrimonio, quienes aportan con recursos económicos, bienes muebles e inmuebles, educación, sensibilización y concienciación incluso mano de obra no calificada para la consecución del Centro Cultural detallados en el cuadro 155 del Capítulo V, Pág. 246; Los acuerdos del cuadro para la inversión están consolidados, verificar en los (anexos 55 a, b, c, d, e, f), quienes certifican documentalmente del compromiso para con el proyecto en el desarrollo y ejecución de este

## CAPÍTULO VII

### 7 ANÁLISIS DE IMPÁCTOS

Para desarrollar el análisis de impactos consideramos todos los aspectos tanto positivos como negativos, que al ejecutar el proyecto podría incidir y generar dificultades, pérdidas económicas, de tiempo y de objetividad; esto provoque desacuerdos entre los accionistas o actores sociales para su buen funcionamiento. Por tal sentido minuciosamente se enlistó, escogió, examinó, evaluó el tamaño del impacto con la finalidad de no incurrir en errores. Se determinó impactos en los siguientes componentes, que para su valoración se basa en la siguiente escala de valores:

**Cuadro Nro. 175**  
**ESCALA DE VALORES DE INDICADORES DE IMPACTO**

CONCEPTO	VALORACIÓN
muy alto	3
Alto	2
Medio	1
No hay impacto	0
Bajo	-1
muy bajo	-2
Insuficiente	-3

Elaborado por: El autor

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

$$\text{Impacto} = \frac{\Sigma}{\# \text{ de indicadores}}$$

## 7.1 IMPACTO SOCIAL- CULTURAL

En cuanto a la evaluación del impacto sociocultural incluye los procesos de análisis, seguimiento y gestión de las consecuencias socioculturales previstas e imprevistas, tanto positivas como negativas, de las intervenciones planeadas en el proyecto y los procesos de cambio social invocados por esas intervenciones. El objetivo principal es crear un entorno sostenible y equitativo en el desarrollo humano

**Cuadro Nro. 176**  
**IMPACTO SOCIAL- CULTURAL**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Elevación de la calidad de vida en la comunidad local							X	3
Estímulo del interés de la comunidad local por la naturaleza.							X	3
Reconocer a líderes y lideresas del sector						X		2
Estímulo de interés por recuperar el patrimonio							X	3
Desarrollo cultural							X	3
Fortalecimiento de valores éticos tradicionales							X	3
Generar expectativas de puestos de trabajo							X	3
Socialización de prácticas éticas comunitarias							X	3
Cursos de formación en ramas afines al proyecto y de beneficio común							X	3
Competencia leal y ética							X	3
Fortalecimiento de organizaciones sociales							X	3
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>30</b>	<b>32</b>

Elaborado por: El autor

$$\text{Impacto} = \frac{32}{11}$$

$$\text{Impacto} = 2,91$$

Con la creación del Centro Cultural se generara trabajo tanto directo como indirecto, lo cual contribuirá al desarrollo socio-económico y cultural con un resultado de 2,91 es decir el impacto a favor será muy alto y contribuirá positivamente al desarrollo personal como social, de tal manera se podrá dar una estabilidad familiar, este proyecto contribuirá también a la recuperación patrimonial tangible e intangible para conocer y proteger la naturaleza y su entorno, de esta manera sea un atractivo turístico natural, alternativo y cultural

que genere estabilidad evitando la migración de moradores en busca de trabajo y fortaleciendo así el núcleo familiar, de la comunidad, organizaciones sociales a la vez formar nuevos líderes y lideresas con visión social

## 7.2 IMPACTO ECONÓMICO

En cuanto a la evaluación del impacto económico incluye los procesos de análisis, seguimiento y gestión de las consecuencias económicas previstas e imprevistas, tanto positivas como negativas, de las intervenciones planeadas en el proyecto y los procesos de cambio social-económico invocados por esas intervenciones. El objetivo principal es crear un entorno sostenible y equitativo en el desarrollo económico local

**Cuadro Nro. 177**  
**IMPACTO ECONÓMICO**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Aumento de beneficios para tiendas y negocios existentes en las rutas y junto al centro							X	3
Estímulo a la creación de micro empresas y crecimiento de empresas existentes							X	3
Creación de empleo directo e indirecto							X	3
Posicionamiento de productos parroquiales en el mercado						X		2
Gran potencial de atraer inversiones							X	3
Generar proyecto para saciar las necesidades básicas de servicios de la localidad						X		2
Dinamizar la economía local							X	3
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>15</b>	<b>19</b>

Elaborado por: El autor

$$\text{Impacto} = \frac{19}{7}$$

$$\text{Impacto} = 2,71$$

Con la creación del centro cultural se dinamizará la economía local ya que esta genera grandes externalidades de beneficio común, con la alta calificación de 2,86 demuestra el gran aporte económico que hace el proyecto a la comunidad y crean expectativas de trabajo directo e indirecto, fortalecen a los comercios existentes así como se incrementa la plaza de mercado local y genera otros negocios para

saciar necesidades de los visitantes a los museos, se atraerá nuevas y frescas inversiones de capital en pequeña como en mediana proporción, a la vez se hará más evidente la necesidad de incrementar los servicios básicos beneficiándose así la comunidad en general

### 7.3 IMPACTO EDUCATIVO

El impacto educativo incluye el análisis, seguimiento y gestión de las consecuencias educativas previstas e imprevistas, tanto positivas como negativas, de las intervenciones planeadas en el proyecto y los procesos de cambio socioeducativo invocados por esas intervenciones

**Cuadro Nro. 178**  
**IMPACTO EDUCATIVO**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Estudiantes del Colegio Intercultural Bilingüe de la parroquia, realiza las prácticas académicas							X	3
Las comunidades se fortalecen por las campañas educativas y culturales							X	3
Empoderamiento de procesos educativos						X		2
Conocimiento del patrimonio cultural tangible e intangible							X	3
Divulgación de conocimientos tradicionales y ancestrales							X	3
Aprovechamiento de aspectos educativos tradicionales, generacionales							X	3
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>15</b>	<b>17</b>

Elaborado por: El autor

$$\text{Impacto} = \frac{17}{6}$$

$$\text{Impacto} = 2,83$$

El proyecto beneficiará con gran énfasis en la juventud con la educación y prácticas académicas del Colegio Intercultural Bilingüe de especialidad en turismo y gastronomía de la parroquia, con la calificación de 2,83 se determina el gran impacto en la población e indica que la población elevará la calidad educativa, se proporcionará valores morales y éticos capas de que el impacto sea altamente positivo, con miras a la formalización de microempresas para trabajar de forma

honestas, asociativas, organizativas, competitivas con bienes y servicios de calidad de tal manera elevar la calidad de vida de la población

#### 7.4 IMPACTO AMBIENTAL

La evaluación de impacto ambiental deberá identificar los efectos directos e indirectos tanto positivos como negativos del proyecto sobre los factores siguientes: el hombre, la fauna, la flora, el suelo, el agua, el aire, el clima, el paisaje, los bienes materiales, el patrimonio y la interacción entre estos diversos elementos

**Cuadro Nro. 179**  
**IMPACTO AMBIENTAL**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Estímulo para conservar y mejorar el entorno							X	3
Sensibilización medioambiental							X	3
Utilización y aprovechamiento del Paisaje							X	3
Introducción de proyectos de saneamiento y manejo de aguas residuales						X		2
Introducción de proyectos para mejorar la calidad de agua de consumo humano							X	3
Estímulo para la creación de nuevos espacios ecológicos							X	3
Estímulo para que los viveros de plantas nativas sean promocionados							X	3
Manejo del ruido					X			1
Manejo de la basura							X	3
Manejo de humo y olores					X			1
<b>TOTAL</b>					<b>2</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>25</b>

Elaborado por: El autor

$$\text{Impacto} = \frac{25}{10}$$

$$\text{Impacto} = 2,5$$

Con la creación del Centro Cultural se generará un impacto ambiental negativo pero no en gran proporción, es decir que con la calificación 2,5 en los impactos positivos son más altos que los negativos, se propenderá al cuidado del ambiente, así como a la recuperación del patrimonio ambiental y al cuidado de paisajes y reservas ecológicas, de tal manera no contribuirá a la destrucción del planeta

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

a).- La parroquia presenta un nivel elevado de pobreza, migración, poca escolaridad, así como pocas oportunidades de generar empleo o estabilidad laboral para el desarrollo social local

b).- La comunidad cuenta con la historia cultural viva, fiestas tradicionales, patrimonio tangible e intangible, transmitida de generación en generación y guardan espacio de respeto y veneración, sobre todo de gran acogida por propios y extraños

c).- En el presente trabajo se presenta nutrida información teórica referente al proyecto y cumple con las citas bibliográficas con normas APA, de manera que no presente algún signo de plagio

d).- El sector turismo es el cuarto generador de divisas del país, se ha abierto un nicho de mercado en el sector, definido como turismo cultural, rural comunitario, alternativo y convencional, que capta turistas que buscan el contacto con la naturaleza en un contexto de relación con sus pueblos originarios, los paisajes, la cultura, su historia y que en concepto no involucra altos niveles de inversión, no se cuenta con competencia pero si con productos sustitutos

e).- La inversión inicial es elevada para recuperar el patrimonio y la construcción de la infraestructura para la exposición; pero el capital de trabajo para producción no es elevado y el proceso productivo no representa mayor esfuerzo físico o de tiempo, se cuenta con gran capacidad de recibir visitantes a los museos y genera oportunidades a la ciudadanía aledaña

f).- Se considera recuperar los atuendos, implementos e instrumentos originales de cada expresión cultural mencionada en el estudio, caso contrario el propietario se comprometió a realizar réplicas garantizando la calidad y el valor cultural

g).- Este proyecto no presenta una factibilidad económicamente viable, pero su impacto social, cultural y educativo es muy elevado, tomando en cuenta que para el cuarto año ya se evidencia utilidades, esto genera desconfianza en la inversión analizando financieramente, no se debe olvidar el alto índice de pobreza que presenta la parroquia por no tener inversión pública

h).- La formalización la empresa garantizará la sostenibilidad y sustentabilidad del proyecto, su razón social se denominará Centro Cultural “ESENCIA DE CURACAS” lo cual enmarca la imagen institucional, la misión y visión propuesta y proyectada sin ánimo de lucro personal o individualizado

i).- El impacto socio cultural se estima de gran magnitud positivamente, seguido por el educativo, el económico y ambiental, considerando el resultado de esta investigación es muy favorable y justificable dicha inversión lo que demuestra un acto responsable con la población local

#### RECOMENDACIONES

a).- Se precisa dinamizar la economía local, con proyectos sociales para que sus habitantes mejoren su calidad de vida; y que no se pierda las prácticas en los espacios culturales que atesoran, producto de la migración

b).- Se recomienda considerar el beneficio cultural que representa invertir en la ejecución del presente proyecto sin ser indiferentes que favorece al desarrollo social de la población

c).- En menester de clarificar información se recomienda realizar una lectura al marco teórico de faltar revisar la fuente de información citada en este trabajo

d).- Lo óptimo de la presente propuesta es aprovechar del nicho de mercado abierto al sector turismo en Otavalo y brindar alternativas de diversión y sano esparcimiento con enfoque educativo y dinamizador para visitantes nacionales y extranjeros y complementar las necesidades y fines para los le hace visitar el cantón

e).- Se debe contar con la colaboración de todos o la mayoría de los residentes de la parroquia que realicen actividades coordinadas con personal del CENTRO CULTURAL, para demostrar corresponsabilidad social requisito exigido por el cliente que busca y quiere sentirse satisfecho o muy satisfecho de los servicios recibidos, de manera que se justifique la elevada inversión social destinada al presente proyecto

f).- Lo recomendable realizar las adquisiciones en la comunidad identificada en este trabajo, de ser posible a los personajes que se menciona como dueños y sucesores de la cultura, quienes guardan celosamente la tradición de dichas celebraciones de manera que no se distorsione al momento de la recopilación y publicación

g).- Se debe considerar un escenario de retorno de capital de mediano plazo puesto que si bien existe un mercado potencial y en constante alza, éste aún no es lo suficientemente amplio para considerar generar utilidades en el corto plazo, sin olvidar el alto índice de pobreza que presenta la parroquia y el beneficio que esta representaría a la población

h).- Se debe conformar una economía mixta ya que brinda incentivos para aquellas organizaciones, comunidades o empresas públicas, que pretenden establecer empresas en beneficio común, mejor aun sin fines de lucro, también porque la inversión es alta y sería no reembolsable lo que beneficiaría aun más a la población. Se recomienda también poner en práctica los principios y valores para mantener fortalecida el buen trato a clientes internos y externos para cimentar confianza en los clientes

i).- Se recomienda poner en práctica el proyecto basándose en el presente trabajo, puesto que en este se evidencian compromisos, detalles que guiarán en la ejecución, actores sociales e institucionales, con investigación verás y eficaz, para direccionar a la sostenibilidad y sustentabilidad

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, Gabriel (2010), Evaluación de Proyectos, Sexta Edición, México
- Briones, Guillermo (1992), “La investigación Social y Educativa” SECAB, Colombia
- Casa de la Cultura ecuatoriana Benjamín Carrión Núcleo de Imbabura (2010) Festividades Populares de Imbabura, Extraordinaria XVII
- Centy Villafuerte, Deymor B. (2006), Manual Metodológico para el Investigador Científico, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa Facultad de Economía
- Cisneros A., Mauricio (1980), Monografía de San Rafael, Otavalo – Ecuador
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (2010)
- Comisiones sectoriales (2012), Salario mínimo sectorial
- Diccionario Enciclopédico Universal, AULA (1998), Madrid - España
- Lema A., Germán Patricio (1995), Los Otavalos Cultura y Tradición Milenarias, Otavalo- Imbabura- Ecuador
- Ley de Compañías (2008) Legislación Conexa Concordancias, Actualizaciones
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y Sector Financiero Popular y Solidario (2011) Registro Oficial Nro.444
- Miranda M., Juan José (2005), Gestión de Proyectos, Colombia
- Moliner, María (1990), Diccionario de uso del Español, Editorial Gredos Madrid, de la A-Z
- Naranjo V., Marcelo (1989), La Cultura Popular en el Ecuador, Tomo V, Imbabura

Nepote Andrea, Picerni Cristian, et al (2005), DGOP Municipalidad de Rosario, Pautas y Exigencias para un Proyecto Arquitectónico de Inclusión, Argentina

Obando, Segundo (1988) Tradiciones de Imbabura, Ibarra - Ecuador

Periódico Institucional (2011) Gobierno Parroquial de San Rafael de la Laguna, Administración 2009-2014, Nro. 01

Planificación Estratégica de la Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna Administración 2009-2014

República del Ecuador, Constitución Política de la República, 2008

Robles, José & Robles, Washington (2000), Elementos de Economía, Quito–Ecuador

Villarruel, Nivo (2004) San Rafael de la Laguna a través del tiempo y el espacio, Otavalo-Imbabura-Ecuador, El Gran Libro

## LINCONGRAFÍA

Análisis de la Demanda, <Http://www.mailxmail.com/cursos-proyectos-inversion/estudio-mercado> [consulta 03/10/2011]

Arte Ecuador, Artes Plásticas, <http://www.abcpedia.com/arte/arte-plastica/artes-plasticas.htm> [consulta 01/10/2011]

Artes Literarias, Definición de Literatura, <http://definición.de/literatura/> [consulta 01/10/2011]

Artes musicales (2008), Conceptos fundamentales, [http://www.all-artecuador.com/download/ftns/inserto\\_pedagogico7.pdf](http://www.all-artecuador.com/download/ftns/inserto_pedagogico7.pdf) [consulta 01/10/2011]

Asesoramiento Empresarial, Marco Jurídico, <http://www.phtz.com/bufete-juridico/asesoramiento-empresarial/marco-juridico> [consulta 02/10/2011]

Ciudades Cercanas a Quito, Desarrollo de las artes en Otavalo, <http://www.inquito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/ciudades-cercanas-quito-ecuador/quito-ciudad> [consulta 02/10/2011]

Cotacachi (2008), Baño del Inca y Fiestas del sol [http://www.soitu.es/soitu/2008/06/23/info/1214179347\\_113026.htm/](http://www.soitu.es/soitu/2008/06/23/info/1214179347_113026.htm/) y <http://vulcanosweb.de/dialogando/fiestadelsol.htm> [consulta 11/10/2011]

El galope, Razas de caballos, <http://www.elgalope.com/razas-de-caballos.html> [consulta 03/11/2011]

Elasticidades de la Oferta y Demanda <http://usuarios.multimania.es/economiasil/Cap2.htm> [consulta 11/10/2011]

Escuela Cima, Que son las artes plásticas, <http://www.escuelacima.com/quesonlasartesplasticas.html> [consulta 04/10/2011]

Escultura, Definición, <http://www.profesorenlinea.cl/artes/esculturadefinicion.htm> [consulta 02/10/2011]

Estudio Financiero (2008), <http://www.slideshare.net/fcarvajals/estudio-financiero-2114226> [consulta 11/10/2011]

Gobierno Municipal de Otavalo (2011), Historia de Otavalo; Parroquias [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec), [consulta 06/10/2011]

González N., Nora; López P., Elvira et al (2008), Que integra el estudio financiero en un plan de negocios; [http://antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/julio2008/estudio\\_financiero.pdf](http://antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/julio2008/estudio_financiero.pdf) [consulta 10/10/2011]

[http://www.danaconnect.com/wiki/index.php/conceptos\\_de\\_marco\\_legal,\\_ley,\\_legislaci%C3%B3n\\_y\\_reglamento](http://www.danaconnect.com/wiki/index.php/conceptos_de_marco_legal,_ley,_legislaci%C3%B3n_y_reglamento) [consulta 07/10/2011]

<http://www.slideshare.net/xof14/espiritualidad-y-desarrollo-educar-con-la-cosmovision-indigena> [consulta 08/10/2011]

Leandro, Gabriel MBA. Desplazamiento de Oferta y Demanda  
<http://www.auladeeconomia.com/microap-material3.htm> [consulta 06/10/2011]

Monografías, Arte, <http://www.monografías.com/trabajos10/desartp/desartp.shtm>  
[consulta 04/10/2011]

Mundo magia, Clases de Ritos, <http://mundomagia.foroes.net/t25-clases-de-ritos>  
[consulta 03/10/2011]

Orellana, Clemente (19/enero/2005) endocrinólogo y presidente de la Fundación Ecuatoriana de Diabetes, El 30% de los jóvenes sufre de Tiroides, Publicado en el <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-30-de-los-jovenes-sufre-de-la-tiroides-195965-195965.html>, diario HOY, [Consulta 03/10/2011]

Página Web (2009), Centro Cultural, <http://definicion.de/centro.cultural/> [consulta 11/10/2011]

Totorisa, Tipos de Ritos, [http://www.torotista.com/secciones/magiawicca/tipos\\_ritos](http://www.torotista.com/secciones/magiawicca/tipos_ritos) [consulta 03/10/2011]

Wikipedia, Enciclopedia Libre, Artes Musicales, <http://es.wikipedia.org/wiki/musica71k>, [consulta 05/10/2011]

Wikipedia, Enciclopedia Libre, Artes Plásticas, [http://es.wikipedia.org/wiki/artes\\_plasticas-41k](http://es.wikipedia.org/wiki/artes_plasticas-41k) [consulta 04/10/2011]

Wikipedia, Enciclopedia Libre, Centro Cultural, [http://es.wikipedia.org/wiki/centro\\_cultural](http://es.wikipedia.org/wiki/centro_cultural), [consulta 05/10/2011]

Wikipedia, Enciclopedia Libre, Clases de Artes, <http://es.wikipedia.org/wiki/arte>  
[consulta 05/10/2011]

Wikipedia, Enciclopedia Libre, Cultura, <http://es.wikipedia.org/wiki/cultura>  
[consulta 04/10/2011]

Wikipedia, Enciclopedia Libre, Tradición, <http://es.wikipedia.org/wiki/tradici%C3%B3n-32k>  
[consulta 05/10/2011]

## ANEXOS

*Anexo 1.-* Prioste (Coraza), familias y amigos llegando a la casa de la Sra. Vestidora, con confites; Se puede observar al fondo la Banda de Músicos



*Anexo 2.-* El prioste entregando los confites a la Sra. Vestidora del Coraza



*Anexo 3.- El prioste entregando los confites al Sacerdote de la Parroquia*



*Anexo 4.- El prioste, puesto el sombrero de capitán Coraza, confirma la misa*



Anexo 5.- El prioste (Coraza) en el centro, izquierda Yumbo con sombrero, saliendo de la casa de la Sra. vestidora



El Loa en el centro, derecha e izquierda acompañantes en casa de la Vestidora



El Coraza con el atuendo completo junto a la Sra. Vestidora



Anexo 6.- Familiares con velas decoradas, imagen de San Luis camino a la Iglesia



La imagen San Luis, Coraza, Loa, Mama señora e invitados, llegando a la iglesia



El prioste y su corte en misa, junto a la reina de la parroquia e invitados



Anexo 7.- El coraza, corte e invitados saliendo de misa (puerta de la iglesia)



La procesión regresando a casa de misa, cerrando por la banda de músicos



En la casa del prioste en la mesa de la corte del coraza esperando almuerzo



*Anexo 8.- Decorando los caballos y montados para la pasada*



Sitio de partida, al fondo monumento al Coraza, la grupa, el coraza llegando



Tomando posición para iniciar la pasada



*Anexo 9.- Se puede mirar la cuerda con monedas, el yumbo e invitados*



*Anexo 10.- a caballo el Coraza, Loa, delante la Mama Señora con el cetro en la mano bailando al son de la banda.*



*Anexo 11.- la concurrencia de la gente invitados, allegados, delante de la pasada*



*Anexo 12.- La pasada entre la multitud, en la calle Bolívar*



Anexo 13.- bailando en círculo, en la intercepción de la calle Bolívar y la Estación



Anunciando al nuevo prioste, camino a la tribuna principal



El Coraza junto al nuevo prioste 2012 (micrófono)



*Anexo 14.- En un utensilio de madera, cuy, papas, huevos (tradicional mediano), comparte la familia del sacerdote junto al Coraza, (músico mayor de la banda recibe)*



Comparte mediano, con los compañeros de la banda de músicos



*Anexo 15.- Las banderas o pendones, para la fiesta de los Pendoneros (hasta de chonta, flamea una bandera roja de tela espejo, terminada en dos puntas, en la punta del hasta una cruz).*



Los Pendoneros danzando en círculo, cargados las banderas, pantalón blanco, camisa blanca, poncho azul, sombrero negro y pañoleta roja



Anexo 16.- Los Pendoneros dirigiéndose a la Capilla en San Miguel Alto



Los sacerdotes y acompañantes en la Capilla, celebrando la misa



Saliendo de la misa, preparándose para la procesión religiosa



Anexo 17.- en la procesión con (San Miguel Arcángel y la Virgen del Carmen)



Los Pendoneros, el párroco y la Reina, las imágenes cargado por los priostes



Priostes actuales y entrantes, las mujeres con la Virgen, y los hombres San Miguel



*Anexo 18.- La recolección de granos o semillas ya cocinadas*



Mesclando los alimentos, donados por familiares y allegados (cucabi)



Priostes, Allegados y familiares comiendo el cucabi



Anexo 19.- Los Pendoneros saliendo de la Comunidad, al Centro Parroquial



En la Comunidad de Cachimuel, bailando en una intercepción



Llegando a la línea férrea, seguidos de la banda de músicos



Anexo 20.- La fiesta subiendo del monumento al coraza



Danzando en la intercepción de las calles Bolívar y la Estación



Prendiendo la volatería, camaretas, sarta, truenos y voladores



Anexo 21.- En la tribuna principal sacerdotes actuales y nuevos



Prioste junto a la Presidenta del Gobierno Parroquial Lic. Susana Oyagata



Cambio de prioste acto final para retornar a la casa del prioste.



Anexo 22.- Allegados, amigos y Familiares, llegando a la fiesta.



El Prioste con zamarro y sombrero, junto a su esposa de indígena Otavalo.



Los San Juanes ya danzando con la banda de músicos



Anexo 23.- La rama de gallos, portada por dos danzantes.



La rama de cuyes a la derecha de la foto, junto al diablo huma



Anexo 24.- El castillo cargado listo para salir a entregar



El castillo de la rama, con frutas, pan, gaseosas, licor y dinero



El castillo girando alrededor de los danzantes



Anexo 25.- La rama llegando al monumento al corza, punto de partida



Los danzantes subiendo por la calle Bolívar



Se puede observar el aumento de asistentes a la fiesta



Anexo 26.- Danzando en círculo en la esquina de las calles Bolívar y la Estación



La rama de cuyes girando, otros bebiendo recobrando energías para continuar



Los San Juanes con la rama en dirección a la tribuna principal



Anexo 27.- Los San Juanes bailando con la reina junto a la tribuna principal



Ya arribando a la tribuna principal



Realizando la entrega de la rama



Anexo 28.- Formato de la encuesta aplicada para el diagnóstico

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES

Objetivo.- La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información para conocer el nivel socioeconómico, cultural y tradicional de los habitantes de la Parroquia de San Rafael.

**Nombre del /a encuestada/o:** .....

**Edad:** 11-20 ( ) ; 21-30 ( ) ; 31-40 ( ) ; 41-50 ( ) ; 51-60 ( ) ; 61- mas ( )

**Sexo:** Femenino ( ) Masculino ( )

**Etnia/ Raza:** Indígena ( ) ; Mestizo ( ) ; Blanco Mestizo ( ) ; Blanco ( ) ; otra ( )

**Sector o comunidad:**

Centro parroquial ( ) Tocagón ( ) Huayku Punku ( ) Cachiviro ( )

Cuatro Esquinas ( ) Mushuk|Ñan ( ) Cachimuel ( ) San Miguel Bajo ( )

San Miguel Alto ( )

**ASPECTOS SOCIO - ECONOMICO**

**1.- ¿Cuál es su nivel de ingreso mensual en dólares?**

30 – 100 ( ) ; 101- 200 ( ) ; 201- 300 ( ) ; 301- 400 ( ) ; 401- 500 ( ) ; 501- 600 ( )

601- 700 ( ) ; 701- 800 ( ) ; 801- 900 ( ) ; 901- 1000 ( ) ; 1001- mas ( ) ;

**2.- ¿Para realizar su trabajo debe salir de la parroquia?**

Si ( )

No ( )

**3.- ¿Qué instrucción académica tiene o Hasta qué grado ha estudiado?**

Analfabeto ( ) ; Primaria ( ) ; Secundaria ( ) ; Tercer nivel ( ) ; Cuarto nivel ( ) ;

**4.- ¿Su empresa o trabajo A qué se dedica?**

Agricultura y Ganadería ( ) ; Producción de servicios ( ) ; Comercialización ( ) ;

Producción y comercialización ( )

**5.- ¿Con su actividad laboral Cómo se considera usted en la actualidad un/a?**

Estudiante ( ) ; Empleado público ( ) ; Trabajador ( ) ; Jornalero ( ) ;

Negocio propio ( ) ; o sin actividad laboral ( )

**6.- ¿Cree usted que se permiten la intervención de los niños, jóvenes y adultos en temas de gran relevancia o decisiones en su Sector o Barrio?**

Si ( ) pocas veces ( ) rara vez ( ) No ( ) nunca ( )

**7.- ¿Qué tipo de agua consume en su hogar?**

Potable ( ) Tratada ( ) Entubada sin tratar ( ) no conoce ( )

**8.- ¿Tiene energía eléctrica en su vivienda?**

Si ( ) No ( )

**9.- ¿Dispone de alcantarillado?**

Si ( ) No ( )

**10.- ¿Tiene teléfono fijó?**

Si ( ) No ( )

**11.- ¿Tiene celular?**

Si ( ) No ( )

**12.- ¿Dispone de internet?**

Si ( ) No ( )

## **ASPECTOS CULTURALES**

**13.- ¿Para su bienestar personal espiritual Qué religión profesa?**

Católico ( ) Evangélico ( ) Mormón ( )  
Vaháis ( ) Adventista ( ) Otra ( ) Ninguna ( )

**14.- ¿Qué deporte practica con frecuencia?**

Futbol ( ) Básquet ( ) Ecuá vóley ( ) ping pon ( )  
Natación ( ) Atletismo ( ) Otros ( ) o Ninguno ( )

**15.- ¿A Cuántos eventos culturales asiste en el año? De**

1 – 5 ( ) 6 – 10 ( ) 11 – 15 ( ) 16 – 20 ( ) 21 – 25 ( ) 26 – 30 ( ) 31- mas ( )

**16.- ¿Ha participado como líder en su sector?**

Si ( ) varias veces ( ) alguna vez ( ) No ( ) Nunca ( )

**17.- ¿Dedica tiempo para recrearse con su familia o amigos?**

Si ( ) A veces ( ) No ( ) Nunca ( )

## **VIALIDAD**

### **18.- ¿Qué transporte le deja cerca a su vivienda?**

Bus público ( )      Taxi de cooperativa ( )      Camioneta de cooperativa ( )  
Particular pagado ( )      o Particular propio ( )

### **19.- ¿Frente a su vivienda que carretera tiene?**

Asfaltada ( ) Adoquinado ( ) Empedrada ( ) solo suelo con acceso a vehículo ( )  
Solo suelo sin acceso a vehículo ( )      camino angosto – chaky ñan ( )

### **20.- ¿Ha observado que limpian o dan mantenimiento las carreteras en su sector?**

Si ( )      Varias veces ( )      Pocas veces ( )      No ( )      Nunca ( )

*Anexo 29 Capítulo I.- Formato de entrevista aplicada a las autoridades, líderes o dirigentes de la parroquia de San Rafael de la Laguna*

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES

Objetivo.- La presente entrevista tiene como finalidad recopilar información para conocer el nivel socioeconómico, cultural y tradicional de los habitantes de la Parroquia de San Rafael.

**Nombre del /a entrevistada/o:** .....

**Edad:** 15-20 ( ) ; 21-30 ( ) ; 31-40 ( ) ; 41-50 ( ) ; 51-60 años ( ) ; 61- mas ( )

**Sexo:** Femenino ( ) Masculino ( )

**Etnia/ Raza:** Indígena ( ) ; Mestizo ( ) ; Blanco Mestizo ( ) ; Blanco ( ) ; otra ( )

**Sector o comunidad:**

Centro parroquial ( ) Tocagón ( ) Huayku Punku ( ) Cachiviro ( )

Cuatro Esquinas ( ) Mushuk Ñan ( ) Cachimuel ( ) San Miguel Bajo ( )

San Miguel Alto ( )

**Cargo u organización:**

Autoridad Parroquial ( ) Gobierno comunitario ( ) Líder comunitario ( )

1.- ¿Qué tradiciones culturales celebran en la parroquia? las más relevantes de mayor a menor

a)..... f).....

b)..... g).....

c)..... h).....

d)..... i).....

e)..... j).....

2.- ¿A qué eventos asisten masivamente? No solo familiares

a).....

b).....

c).....

d).....

e).....

3.- ¿Qué eventos culturales ha trascendido fuera de la parroquia?

a).....

b).....

c).....

d).....

e).....

4.- ¿Cuántas veces al año se realiza estos eventos?

a).....

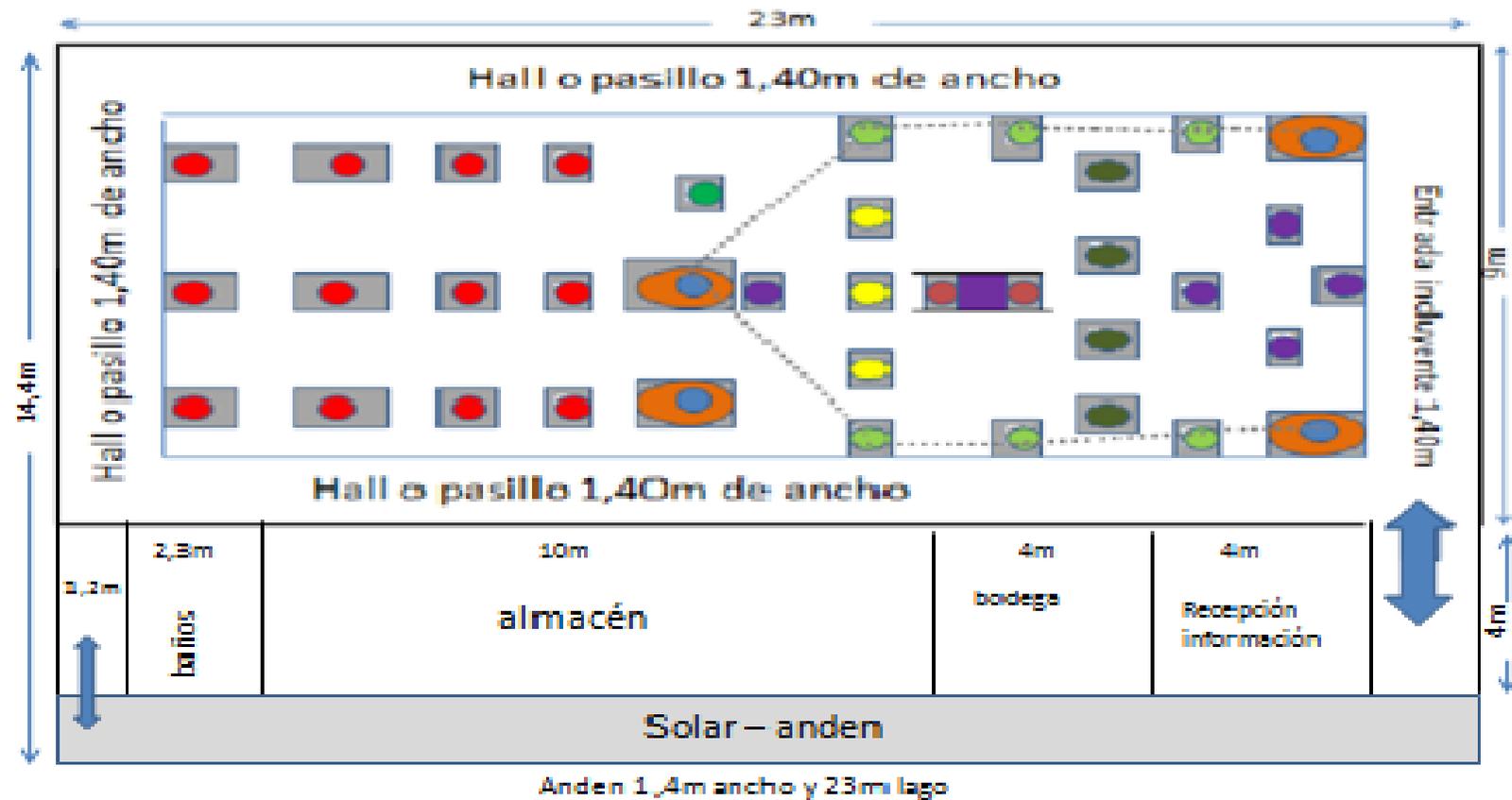
b).....

c).....

d).....

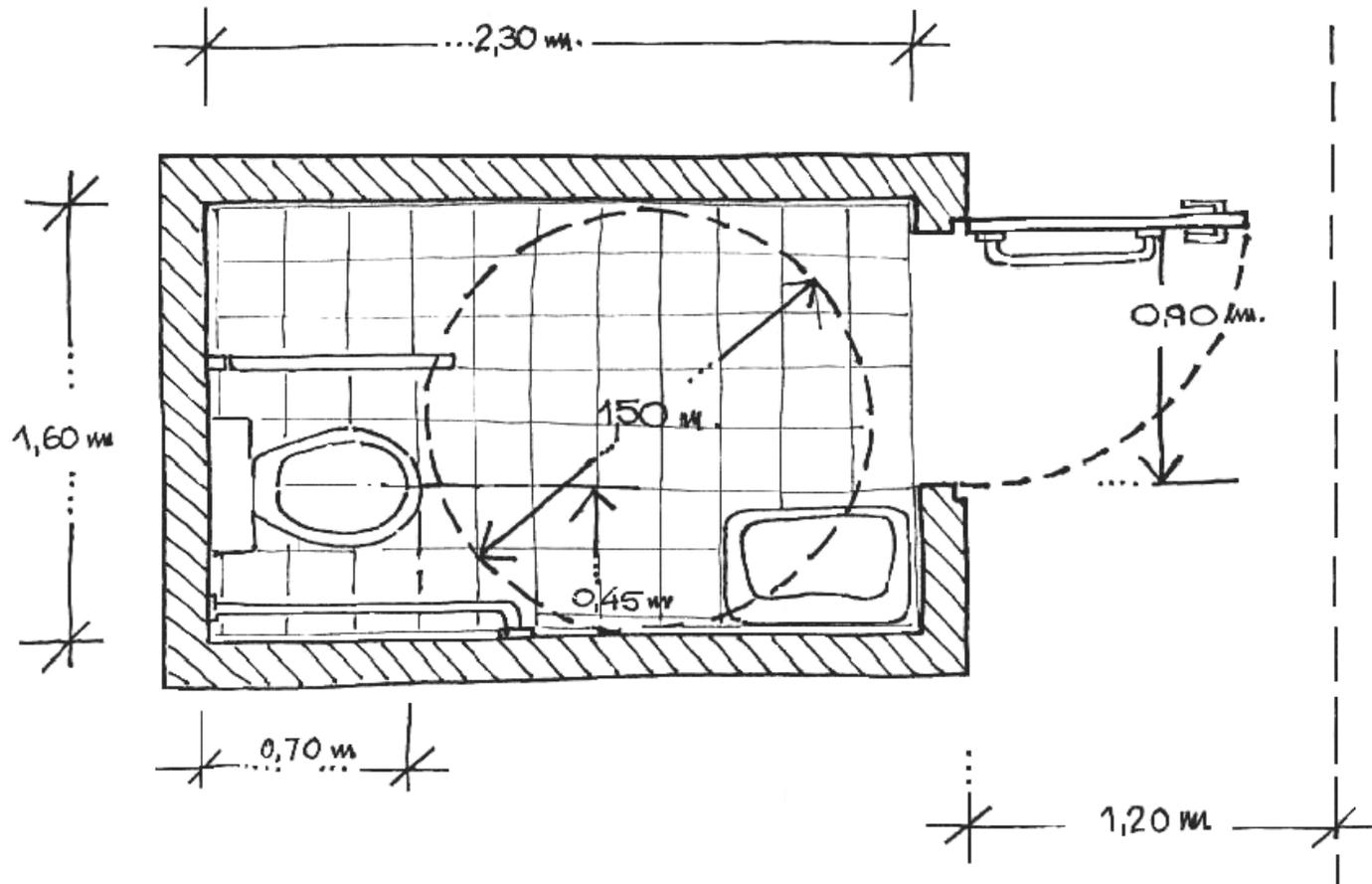
e).....

Anexo 30 Capítulo IV.- Planta completa con dimensiones de la fiesta del Coraza, visto de arriba sin la planta alta



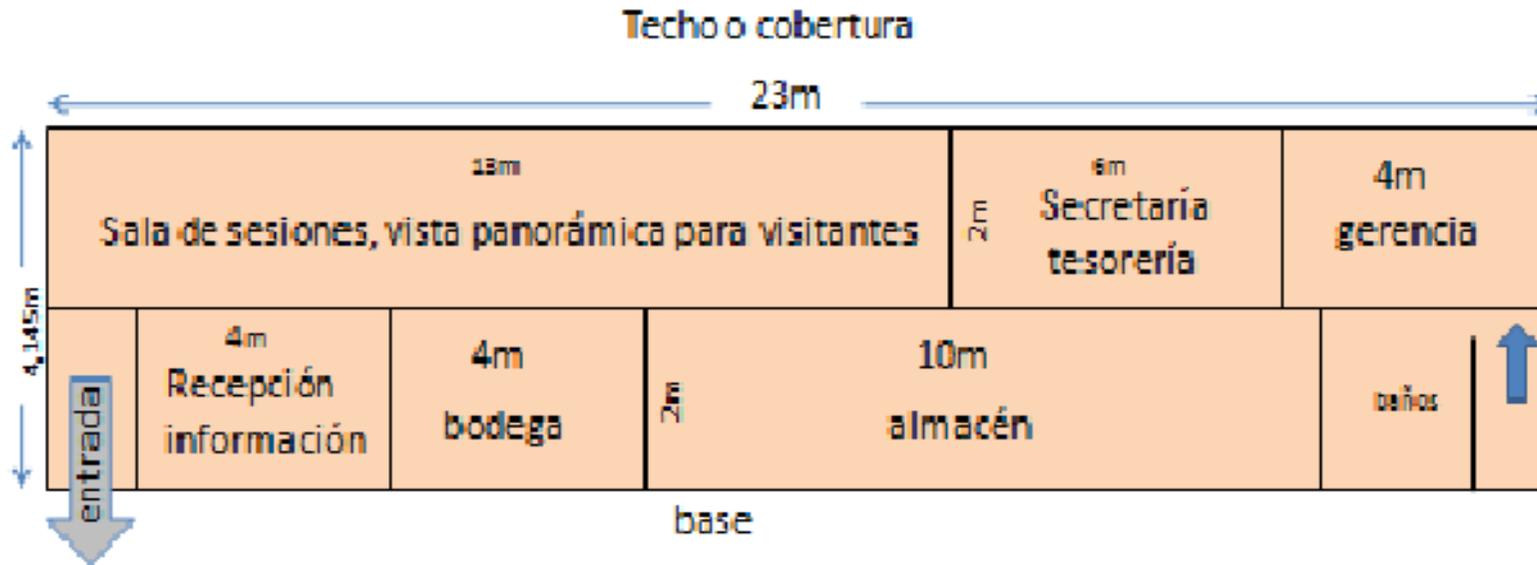
VISTA GENERAL DESDE LA PARTE SUPERIOR SIN LA SEGUNDA PLANTA

Anexo 31.- dimensiones de los baños incluyentes (manuscritos de los autores)

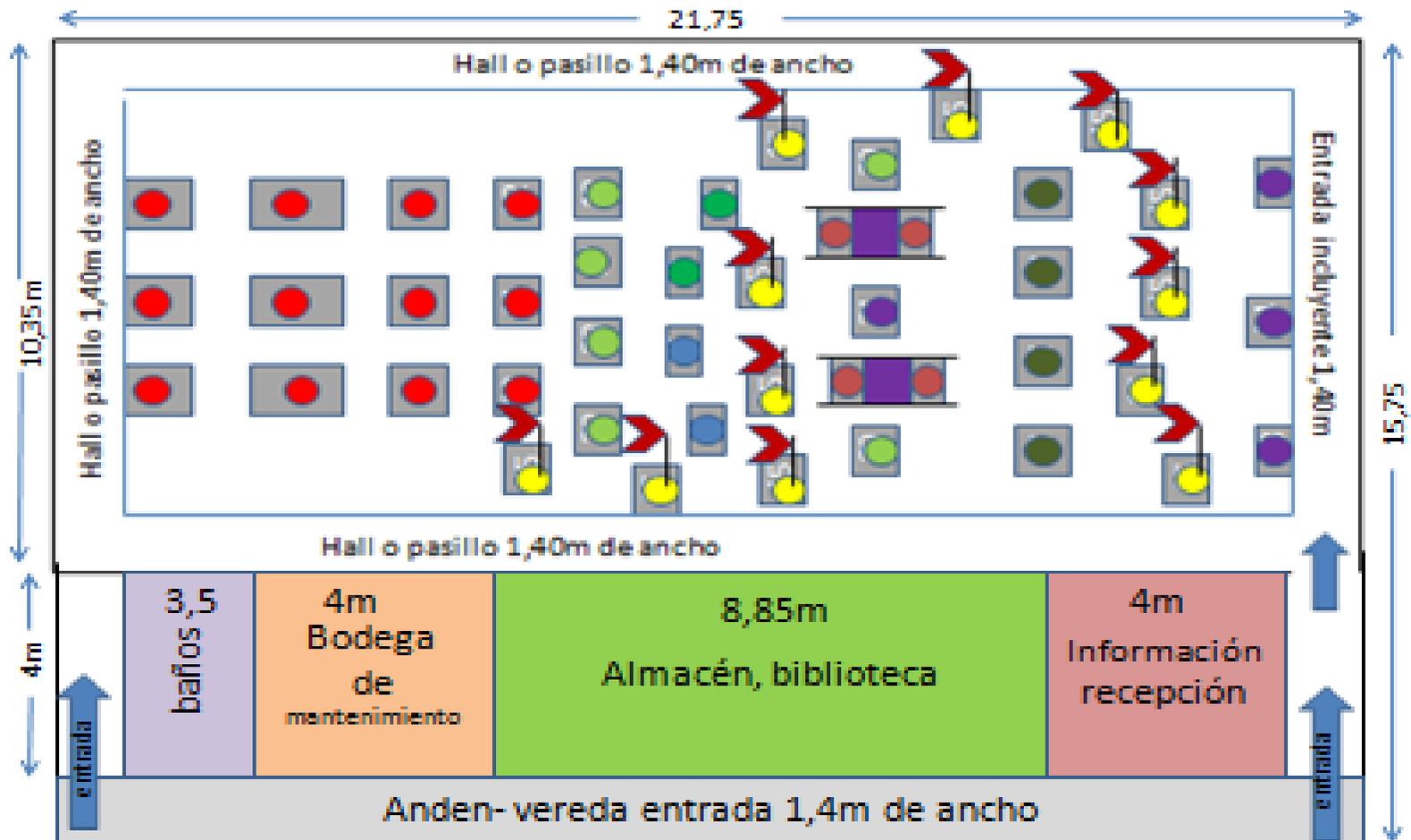


Anexo 32.- Museo del Coraza con un corte, y con vista a las oficinas las dos plantas

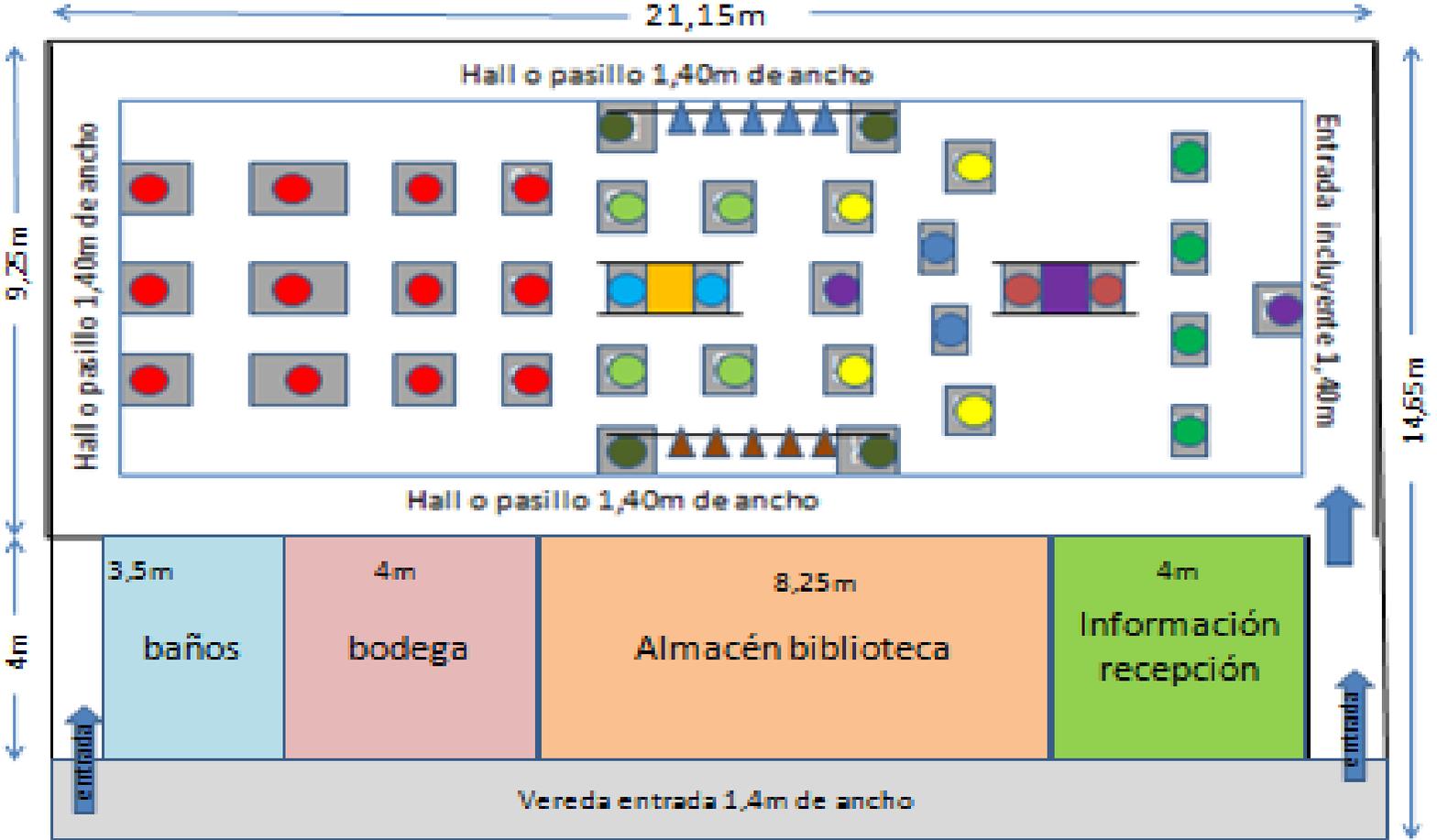
### CORTE DE LA INFRAESTRUCTURA DEL MUSEO VISTO DESDE LOS MONUMENTOS EXHIBIDOS



Anexo 33.- Boceto de la fiesta de los Pendoneros en el museo completo visto de arriba (altura 5,50m)



Anexo 34.- Boceto de la fiesta del Inti Raymi (San Juan o la Rama de gallos), Planta completa visto de arriba



Anexo 35.- Adjuntar aquí copia de la carta compromiso del Gobierno Parroquial de San Rafael de la Laguna



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO**  
**PARROQUIAL DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA**  
RUC: 1060019600001  
OTAVALO-IMBABURA

San Rafael de la Laguna a, 7 de diciembre de 2010  
Ofic. No. 00130

Economista  
Hernán Muñoz  
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
Presente.-

De mis consideraciones:

A Nombre del Gobierno Parroquial de San Rafael de la Laguna, reciba un cordial saludo y deseamos éxitos en sus delicadas labores.

Mediante la presente me permito informarle que: el señor Waldo Germánico Gualsaquí Mesa con cédula de ciudadanía No. 100227668-9, estudiante del 2º yno. semestre de ingeniería en Administración Pública del Gobierno Seccional de la Universidad Técnica del Norte, se le permitirá que el antes mencionado señor realice su desarrollo de tesis de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA". Al mismo que le brindaremos el apoyo necesario ya que es en beneficio de nuestra parroquia.

Atentamente,

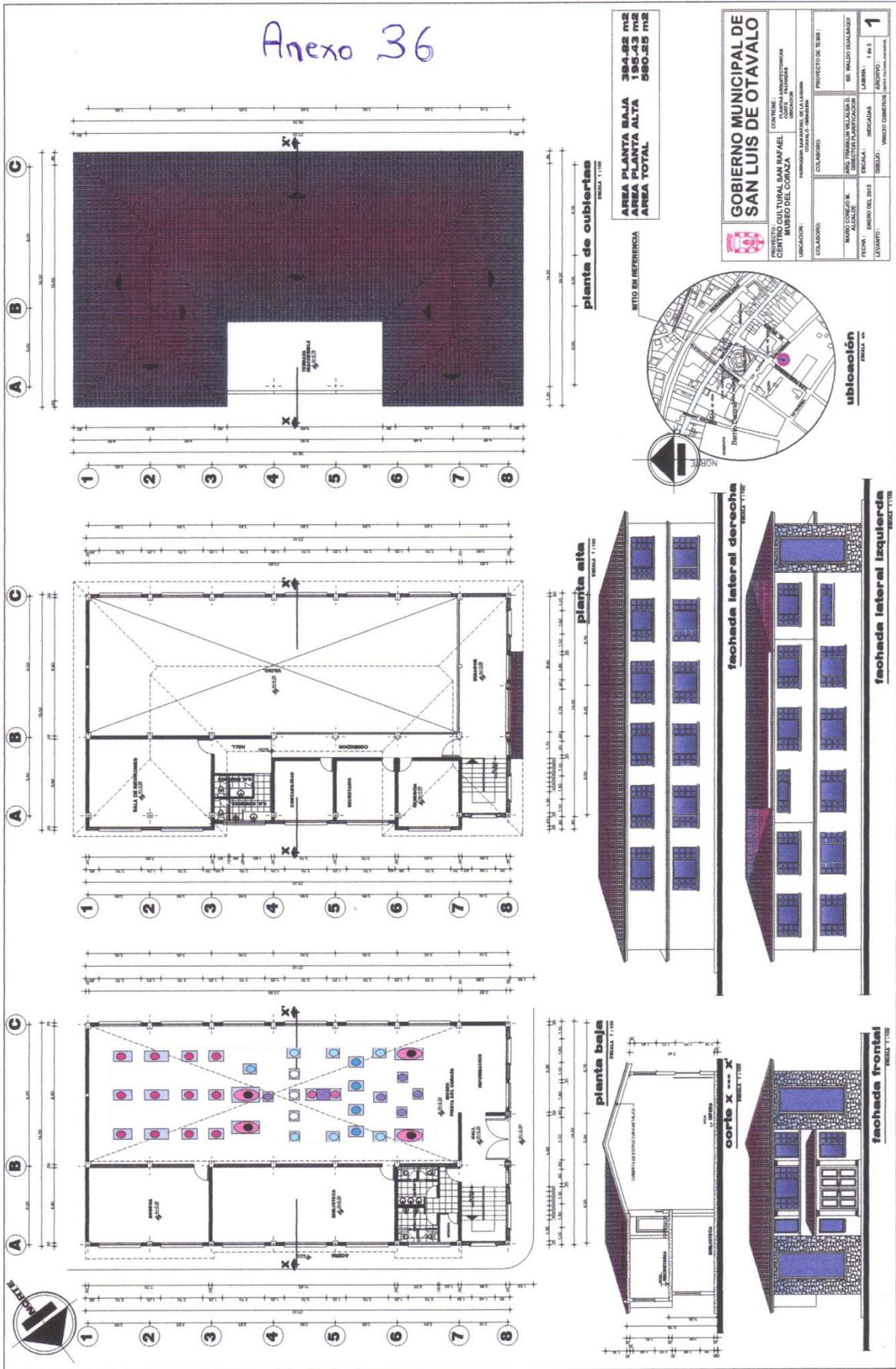
Licda. Sasana Oyagata A.  
PRESIDENTA DE LA G.P.S.R.L.



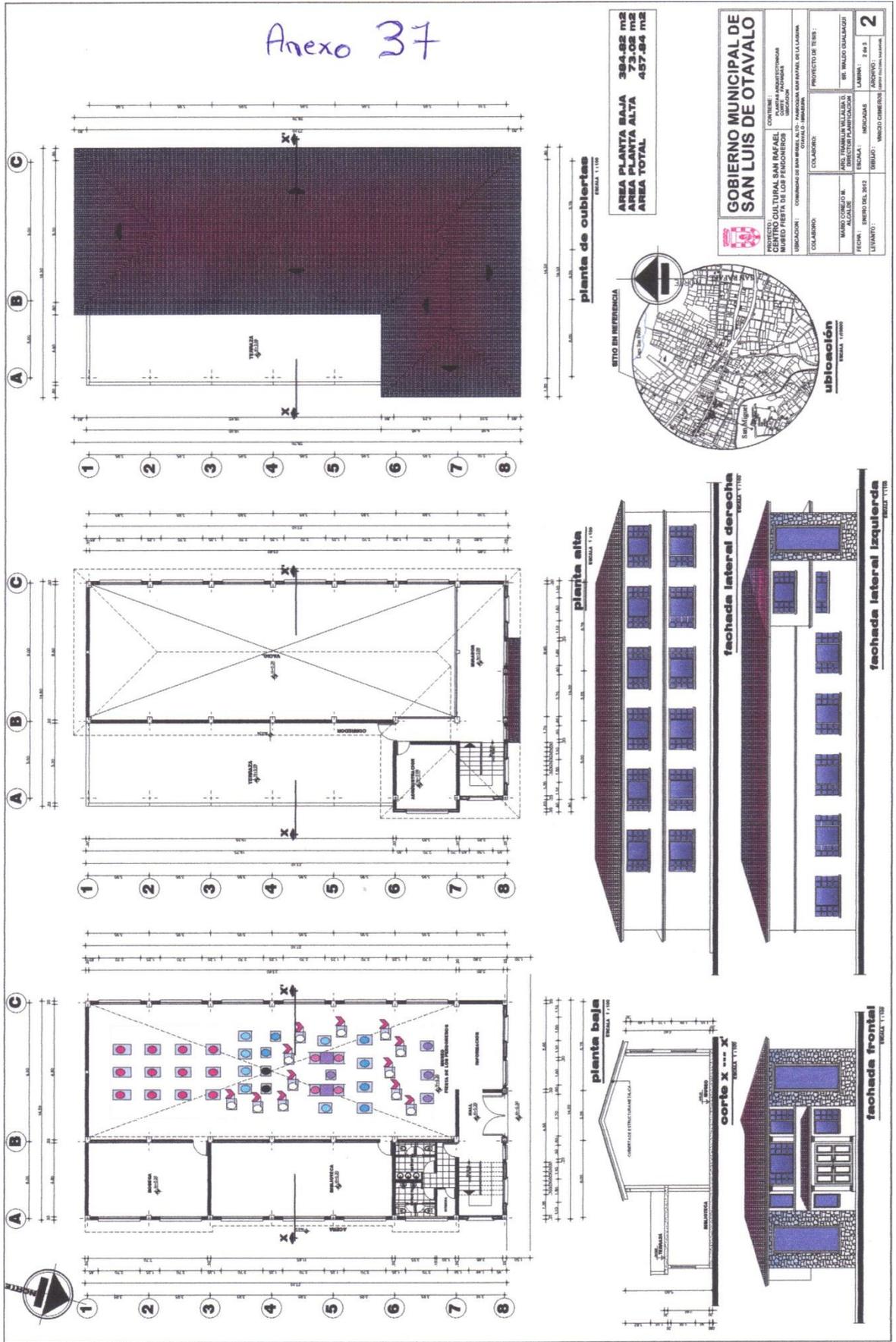
07.12.10

**SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, PRODUCTIVO, SOLIDARIO Y CULTURAL.**  
Dirección: Calle Bolívar e Imbakucha  
Email: [jpsrlaguna@yahoo.com](mailto:jpsrlaguna@yahoo.com)  
Telefax: 062918508

# Anexo 36



Anexo 37



AREA PLANTA BAJA 394.82 m<sup>2</sup>  
 AREA PLANTA ALTA 73.08 m<sup>2</sup>  
 AREA TOTAL 467.90 m<sup>2</sup>

**GOBIERNO MUNICIPAL DE SAN LUIS DE OTAVALO**

PROYECTO: OBTENER EL PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARA EL MUNICIPIO DE SAN LUIS DE OTAVALO	CONTIENE: PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL	PROYECTO DE TIPO: URBANISTICO	EST. MUNICIPAL: SAN LUIS DE OTAVALO
UBICACION: COMUNIDAD DE SAN RAFAEL, ALTO, PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, OTAVALO - GUATEMALA	COLABORADOR: ARQUITECTO	PROYECTO DE TIPO: URBANISTICO	EST. MUNICIPAL: SAN LUIS DE OTAVALO
MUNICIPIO: SAN RAFAEL	MUNICIPIO: SAN RAFAEL	FECHA: 2012	EST. MUNICIPAL: SAN LUIS DE OTAVALO
FECHA: 2012	FECHA: 2012	FECHA: 2012	EST. MUNICIPAL: SAN LUIS DE OTAVALO
FECHA: 2012	FECHA: 2012	FECHA: 2012	EST. MUNICIPAL: SAN LUIS DE OTAVALO
FECHA: 2012	FECHA: 2012	FECHA: 2012	EST. MUNICIPAL: SAN LUIS DE OTAVALO



planta alta  
 ESCALA 1:100

planta baja  
 ESCALA 1:100

fachada lateral derecha  
 ESCALA 1:100

corcha x x  
 ESCALA 1:100

fachada lateral izquierda  
 ESCALA 1:100

fachada frontal  
 ESCALA 1:100



Anexo 39- a).- Cotización de esculturas a tres artistas distintos

## **PROFORMA DE ESCULTURAS ARTÍSTICAS**

### **“PERSONAJES DE LAS FIESTAS TRADICIONALES DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA”**

**Taller**  
**El Duende del Arte**  
San Rafael de la Laguna

**ARTISTA PINTOR ESCULTOR:** Pedro Enrique Villamar Gualsaqui  
**CÉDULA/ RUC:** 170412320-5  
**DIRECCIÓN:** La Estación, San Rafael de la Laguna  
**TELÉFONOS:** 06-2918628  
**CELULAR:** 093426113  
**FECHA DE EMISIÓN:** 23 de diciembre del 2011  
**FECHA DE CADUCIDAD:** 23 de diciembre del 2012  
**SOLICITANTE:** Waldo Germánico Gualsaquí Mesa  
**RAZÓN DE LA SOLICITUD:** Cotización de esculturas para el proyecto cultural en la parroquia de San Rafael.

#### **ARTISTA PINTOR ESCULTOR PEDRO ENRIQUE VILLAMAR GUALSAQUI**

Nací el 19 de julio de 1955 en la ciudad de Otavalo.

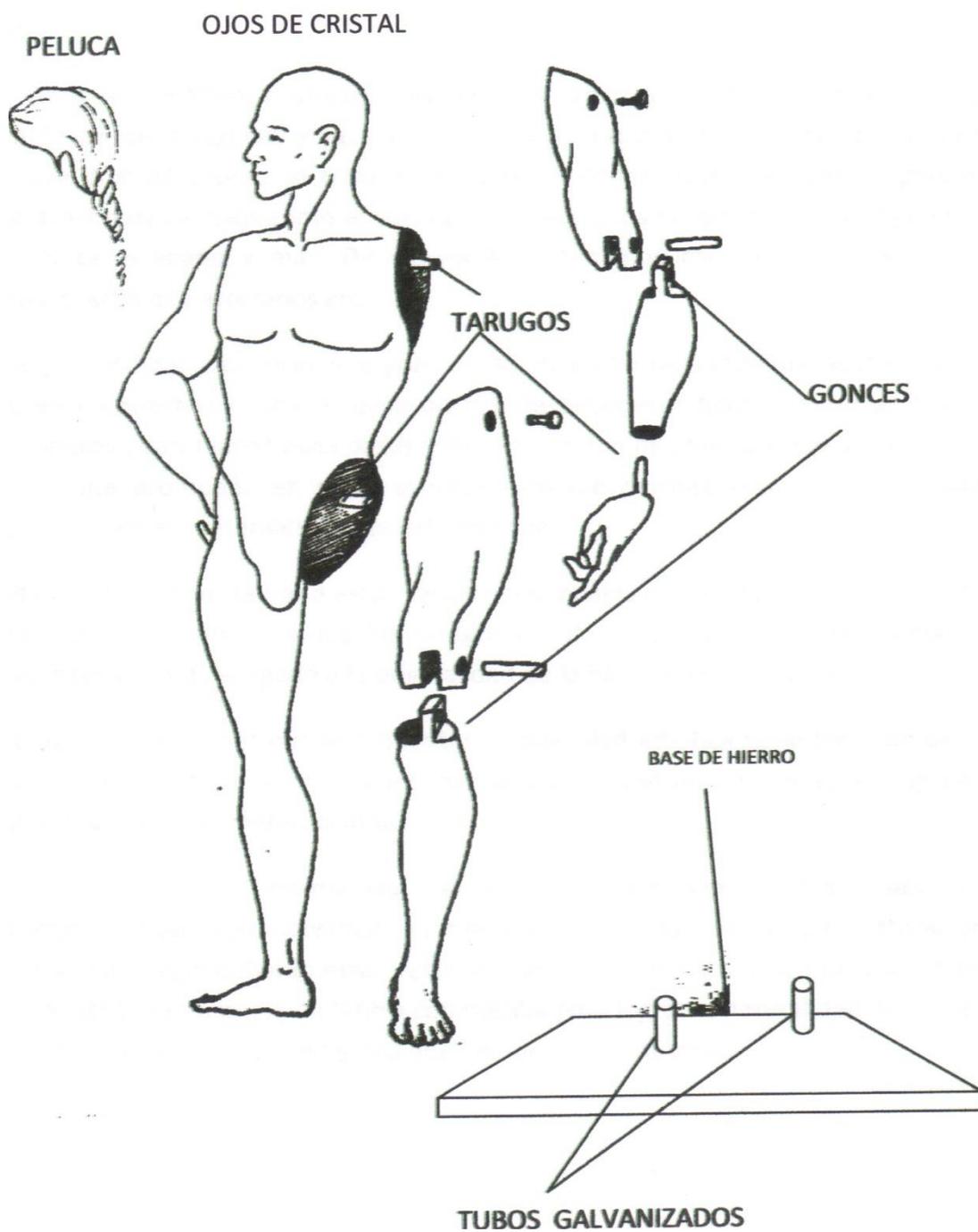
Las manifestaciones artísticas comienzan desde muy temprano, pues el dibujo y la pintura comienzan a desarrollarse desde muy pronta edad. Realice mis estudios superiores en el Instituto Técnico Superior de Artes Plásticas “Daniel Reyes” en San Antonio de Ibarra.

Mis experiencias profesionales

Fui director del departamento de dibujantes W.W.T.M Empresa europea de publicidad en Quito.

# CARACTERÍSTICAS DE LA OBRA

Escultura artística en fibra de vidrio



Soy el autor del escudo de la parroquia de San Rafael de la Laguna, entre los elementos utilizados preside la cabeza del coraza, realicé una gran variedad de esculturas, madera, fibra de vidrio, resinas, yeso y cemento. Estos fueron trabajos de carácter religioso como Cristos, vírgenes, arcángeles, santos, etc. También de carácter cultural como faraones con ojos de cristal, una pareja desnuda de tres metros de estatura, plantas, pájaros etc.

Entre mis obras se encuentran algunos murales como el retrato de monseñor Vicente Gavilanes que se encuentra en la fachada del Colegio San Luis, otros en la Escuela Católica y en la Escuela "Florencio O'Leary", bautismo de Jesús en la Iglesia de San Pablo "El Coraza" en la fachada del coliseo parroquial.

Con cincuenta años de experiencia ofrezco mis servicios artísticos a la sociedad en este caso, hablar de "San Rafael de la laguna" y sus culturas primero tratar de sus escenarios naturales el más hermoso que dios ha creado se trata de la cuna en donde nacen verdaderos personajes indígenas y mestizos muy valiosos como el coraza los yumbos, los pendoneros, los singulares san Juanes, la caramuza el abagó y más. De los mestizos tenemos escritores, poetas, músicos, médicos, religiosos, artistas y artesanos etc.

Con orgullo me permito dar a conocer que gozo de haber vivido directamente desde niño estos eventos culturales de nuestras raíces, es decir las manifestaciones indígenas como las fiestas de los coraza pendoneros y san Juanes pues desde niño anduve con mi abuelo el fue integrante de la banda parroquial que acompaño en estos eventos esto me permite recordar con claridad y añoranza todos esos valores culturales que se extinguieron

Entonces resulta fabuloso inmortalizar a estos valiosos personajes de aquellos años, además tengo el privilegio de haber conocido a todos los integrantes de la banda parroquial, ventaja que permitirá representar a lo mas apegado a la originalidad de la historia sanrafaeleña.

Bases fundamentales para valorar mis sentimientos y capacidad artística en la creación de estos importantísimos museos culturales los mismos que se convertirán en un valioso aporte para la sociedad imbabureña, nacional e internacional.

Las esculturas serian elaboradas tipo maniquí con resina y fibra de vidrio todos gozarían de su respectiva policromía y expresión individual sus ojos serán de cristal. Su estatura natural, serán desnudos y sin cabello ya que deberán estar vestidos con sus respectivos atuendos originales sus bases a pedestales serán estructuras de hierro con masilla para lograr la naturalidad del suelo, los precios varían dependiendo de la complejidad que demanden las mismas.

**1.- ESCULTURAS POLICROMADAS EN FIBRA DE VIDRIO Y CABELLO SINTETICO, A ESCALA NATURAL.**

**LA FIESTA DEL CORAZA (primera fase)**

Tiempo estimado de construcción: Un año con dos meses.

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	P. UNI	CANT	TOTAL
1	El Coraza (prioste)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
2	La Mama señora (esposa)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
3	El caballo del Coraza	Caballo de paso y expresivo y policromado	5.000	1	5.000
4	El paje del Coraza	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
5	Yumbo	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	2	6.000
6	Mujer de Yumbo	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	2	6.000
7	El caballo del yumbo	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	5.000	2	10.000
8	El Loa	Niño de 13 a 15 años, manos, pies y rostro	2.500	1	2.500
9	El caballo del Loa	Caballo de paso	5.000	1	5.000
10	4 Pifaneros, caja, pingullo, rondador 1, rondador 2	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	4	12.000
11	Un Taita Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
12	Un cuetero (pirotecnia)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
13	6 ayudando la cuerda de monedas 3 a cada lado	De 24 a 30 años de	3.000	6	18.000

		edad, manos, pies y rostro			
14	12 músicos de la banda con sus instrumentos	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	2.000	12	24.000
15	La vestidora del coraza	De 30 a 35 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
16	2 cargadores de urna	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	2.500	2	5.000
<b>TOTAL DEL CORAZA</b>					<b>111.500</b>

### LA FIESTA LOS PENDONEROS (segunda fase)

Tiempo estimado de construcción: Un año.

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	P. UNI	CANT	TOTAL
1	-Prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
2	-Esposa del prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
3	-Prioste entrante	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
4	Esposa del prioste entrante	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
5	-3 parejas acompañantes (hombres y mujeres)	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	2.000	6	12.000
6	-4 cargadores de urnas	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	4	8.000
7	4 Pifaneros, caja, pingullo, rondador 1, rondador 2	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	4	12.000
8	-12 cargadores de los pendones	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y	2.000	12	24.000

		rostro			
9	-Cuetero	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
10	-Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
11	12 músicos de la banda con sus instrumentos	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	2.000	12	24.000
<b>TOTAL DEL LOS PENDONEROS</b>					<b>98.000</b>

### LA FIESTA DEL INTI RAYMI (RAMA DE GALLOS)(tercera fase)

Tiempo estimado de construcción: Siete meses.

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
2	-Mujer del prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
3	-2 Cargadores de la urna de	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	2.000	2	4.000
4	-2 Cargadores del castillo de la rama	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	2	4.000
5	-2 Cargadores de la rama de gallos	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	2	4.000
6	-2 Cargadores de la rama de cuyes	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	2	4.000
7	-4 Flauteros campanilleros	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	4	12.000
8	-Cuetero	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
9	4 invitados acompañantes	De 24 a 30 años de	2.000	4	8.000

		edad, manos, pies y rostro			
10	-4 invitados con disfraz	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	4	8.000
11	-Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
12	-12 músicos de la Banda	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	2.000	12	24.000
<b>TOTAL DE RAMA DE GALLOS</b>					<b>80.000</b>

**NOTA:** La presente proforma entra en vigencia a partir de la fecha de emisión, susceptible de revisión de costos, de acuerdo al porcentaje inflacionario del país, a la fecha de ejecutar el proyecto.

**Artista Pintor Escultor Pedro Enrique Villamar**

Anexo 39- b).- Cotización de esculturas a tres artistas distintos

## PROFORMA DE ESCULTURAS ARTÍSTICAS

### “PERSONAJES DE LAS FIESTAS TRADICIONALES DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA”

ARTISTA: Bladimir Mauricio Viteri Arce.  
CÉDULA/ RUC: 1002712477001.  
DIRECCIÓN: Ibarra, Calle Macas 949 y Machala.  
TELÉFONOS: 2601-330  
CELULAR: 097939078  
FECHA DE EMISIÓN: 13 de diciembre del 2011  
FECHA DE CADUCIDAD: 13 de diciembre del 2012  
SOLICITANTE: Waldo Germánico Gualsaquí Mesa  
RAZÓN DE LA SOLICITUD: Cotización para realizar proyecto cultural en la parroquia.

**Antecedentes del Artista**

- Bachiller en Artes Plásticas Especialidad Escultura.
- Técnico en Artes Plásticas Especialidad Pintura.
- Tecnólogo en Artes Plásticas Especialidad Pintura.

**Experiencias profesionales**

- Veinte y dos Exposiciones Individuales dentro y fuera del país.
- Diecinueve Exposiciones Colectivas dentro y fuera del país.
- Obras por encargo en Pintura y Escultura a Nivel Nacional.
- Miembro del “Colegio de Artistas Profesionales de Imbabura”.
- Miembro de Numero de la Casa de la Cultura de Imbabura.

**1.- ESCULTURAS POLICROMADAS EN FIBRA DE VIDRIO Y CABELLO SINTETICO, A ESCALA NATURAL.**

**LA FIESTA DEL CORAZA**

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	P. UNI	CANT	TOTAL
1	El Coraza (prioste)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	1	1,800
2	La Mama señora (esposa)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	1,800	1	1,800
3	El caballo del Coraza	Caballo de paso y expresivo y policromado	2,500	1	2,500
4	El paje del Coraza	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	1,800	1	1,800
5	Yumbo	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	1,800	2	3,600
6	Mujer de Yumbo	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	2	3,600
7	El caballo del yumbo	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	2	3,600
8	El Loa	Niño de 13 a 15 años, manos, pies y rostro	1,800	1	1,800
9	El caballo del Loa	Caballo de paso	2,500	1	2,500
10	4 Pifaneros, caja, pingullo, rondador 1, rondador 2	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	4	7,200
11	Un Taita Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y	1,800	1	1,800

		rostro			
12	Un cuetero (pirotecnia)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	1	1,800
13	6 ayudando la cuerda de monedas 3 a cada lado	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	6	10,800
14	12 músicos de la banda con sus instrumentos	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	1,800	12	21,600
15	La vestidora del coraza	De 30 a 35 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	1	1,800
16	2 cargadores de urna	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	2	3,600
<b>TOTAL DEL CORAZA</b>				<b>39</b>	<b>71,600</b>

**NOTA:** Todas las esculturas serán terminadas en fibra de vidrio.

**Tiempo de la primera etapa (5)** cinco meses a partir del pago formal del anticipo.

### LA FIESTA LOS PENDONEROS

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	P. UNI	CANT	TOTAL
1	-Prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	1	1,800
2	-Esposa del prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	1,800	1	1,800
3	-Prioste entrante	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	1,800	1	1,800
4	Esposa del prioste entrante	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	1,800	1	1,800
5	-3 parejas acompañantes (hombres y mujeres)	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	1,800	6	10,800
6	-4 cargadores de urnas	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	4	7,200

7	4 Pifaneros, caja, pingullo, rondador 1, rondador 2	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	4	7,200
8	-12 cargadores de los pendones	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	12	21,600
9	-Cuetero	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	1	1,800
10	-Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	1	1,800
11	12 músicos de la banda con sus instrumentos	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	1,800	12	21,600
<b>TOTAL DEL LOS PENDONEROS</b>				<b>44</b>	<b>79,200</b>

**NOTA: Todas las esculturas serán elaboradas en fibra de vidrio.**

**Tiempo de la segunda etapa (4) cuatro meses a partir del pago formal del anticipo.**

### **LA FIESTA DEL INTI RAYMI (RAMA DE GALLOS)**

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	1	1,800
2	-Mujer del prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	1,800	1	1,800
3	-2 Cargadores de la urna de	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	1,800	2	3,600
4	-2 Cargadores del castillo de la rama	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	4	7,200
5	-2 Cargadores de la rama de gallos	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	4	7,200
6	-2 Cargadores de la rama de cuyes	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y	1,800	4	7,200

		rostro			
7	-4 Flauteros campanilleros	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1.800	4	7,200
8	-Cuetero	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	1	1,800
9	4 invitados acompañantes	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	4	7,200
10	-4 invitados con disfraz	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	4	7,200
11	-Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	1,800	1	1,800
12	-12 músicos de la Banda	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	1,800	12	21,600
<b>TOTAL DE LA RAMA DE GALLOS</b>				<b>42</b>	<b>71,600</b>

**NOTA: Todas las esculturas serán terminadas en fibra de vidrio.**

**Tiempo de la tercera etapa (4) cuatro meses a partir del pago formal del anticipo.**

**NOTA: la presente proforma entra en vigencia a partir de la fecha de emisión, susceptible de revisión de costos, de acuerdo al porcentaje inflacionario del país, a la fecha de ejecutar el proyecto.**

**ARTISTA**

Bladimir Mauricio Viteri Arce.

## **PROFORMA DE ESCULTURAS ARTÍSTICAS “PERSONAJES DE LAS FIESTAS TRADICIONALES DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA”**



**ARTISTA PINTOR ESCULTOR:** Pedro Israel Villamar Salazar  
**CÉDULA/ RUC:** 100309500-5  
**DIRECCIÓN:** La Estación, San Rafael de la Laguna  
**TELÉFONOS:** 06-2918628  
**FECHA DE EMISIÓN:** 23 de diciembre del 2011  
**FECHA DE CADUCIDAD:** 23 de diciembre del 2012  
**SOLICITANTE:** Waldo Germánico Gualsaquí Mesa  
**RAZÓN DE LA SOLICITUD:** Cotización para realizar esculturas para el proyecto cultural en la parroquia

### **ARTISTA PINTOR ESCULTOR**

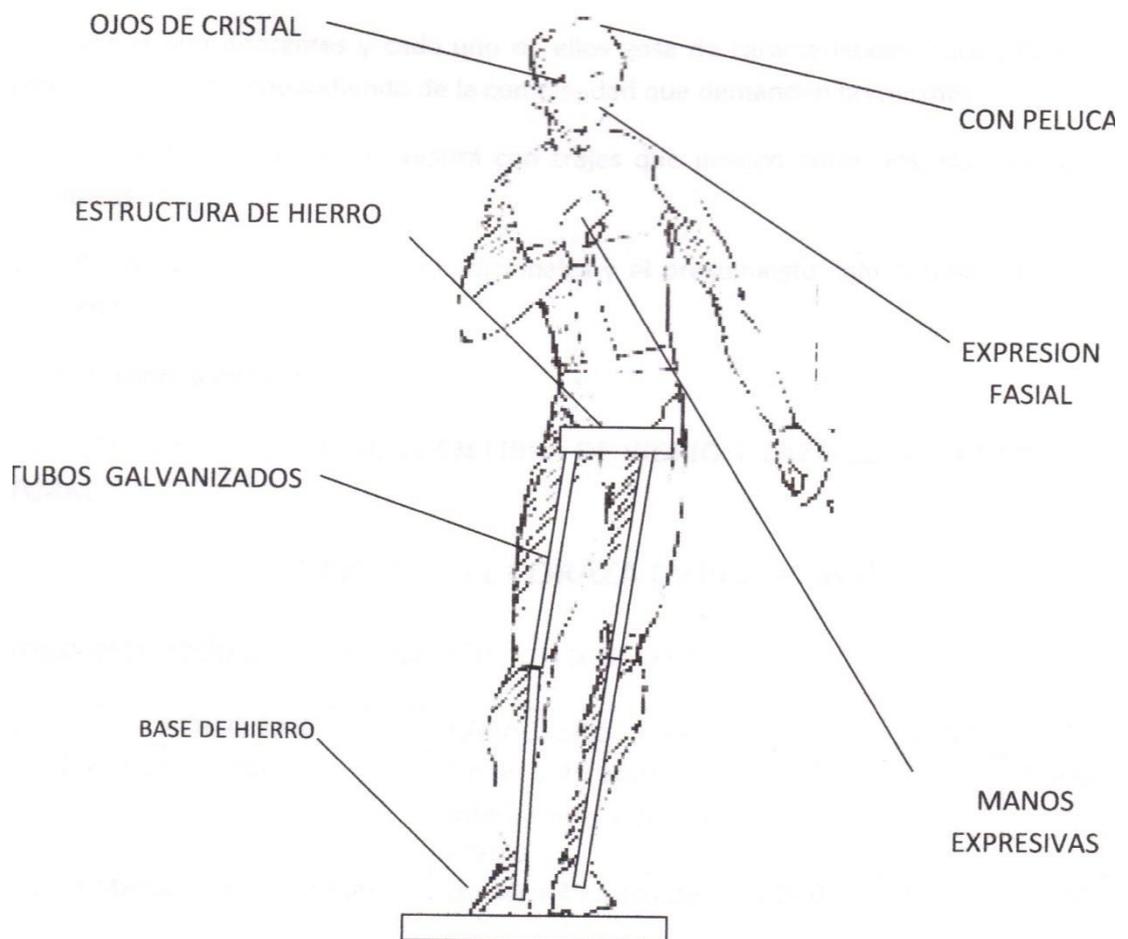
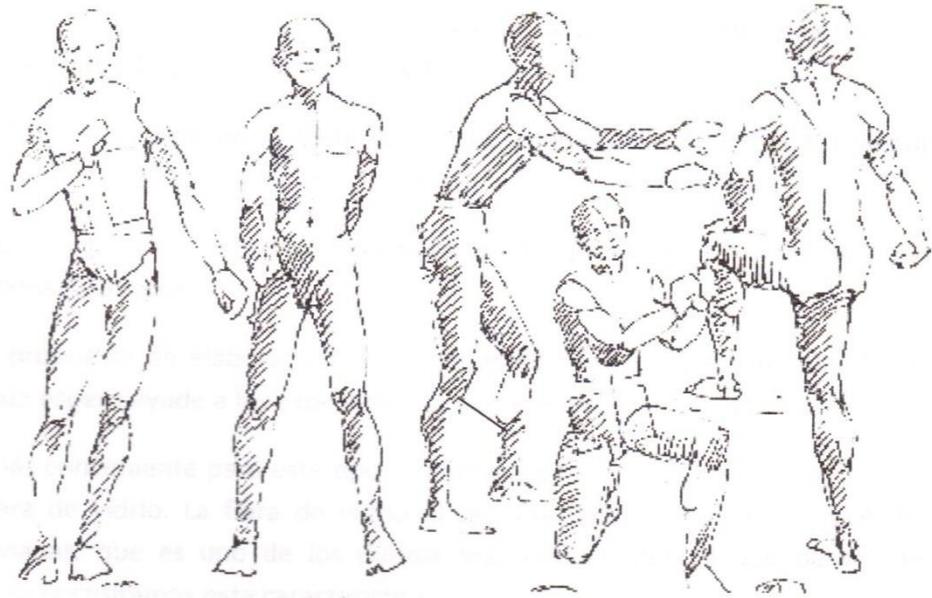
Soy un joven trabajador del arte, estudié en el Instituto Superior de Artes Plásticas “Daniel Reyes”, mi maestro Prof. Vicente Bolaños, con quien acrecenté mis conocimientos, y trabajé durante dos años profesionalmente. Elaborando esculturas de formato monumental en fibra de vidrio, ángeles de 3 metros, bustos y un Cristo de 8 metros con estructura de hierro para la ciudad de Santo Domingo de los Stachilas.

El taller de mi padre, también fue elemental en mi formación, tanto artística como espiritual ya que el lugar donde habitamos nos brinda, tranquilidad y paz. Fundamental para la creación artística.

Con estos antecedentes, con un compañero del Instituto, el Señor Bolívar Rosero, empeñados en el quehacer artístico nos empeñamos trabajar en equipo y realizamos obras pictóricas y escultóricas de gran formato. Un escenario de papel para un evento artístico El duende del arte,

# CARACTERISTICAS DE LA OBRA

Escultura artística en fibra de vidrio con estructura de hierro



escenarios para la elección de la reina de Cotacachi, Mural en el coliseo de Pablo Arenas, 52 Murales en las habitaciones de la Hacienda Chorlavi de Ibarra, Demostración de cuerpos pintados en Santo Domingo de los Stachilas.

Pero nuestro trabajo no se queda ahí, y motivado por el espíritu Danielino, diseñamos y construimos El Pórtico de Entrada Principal al Instituto de Artes Plásticas Daniel Reyes, que consiste de 3 esculturas de 3 metros, un mural de 3 por 5 metros, y dos altos relieves en marmolina y cemento de 6 por 2 metros y medio.

Ahora soy Profesor de Arte en la Escuela que me eduque, "La Escuela Católica Ulpiano Pérez Quiñones"

Cuento con un equipo de 5 artistas profesionales, que responden muy bien a este tipo de trabajo y lo hacen responsablemente.

Al revisar la propuesta de elaborar un museo interactivo cultural, a continuación presento una propuesta, que espero ayude a las expectativas que este proyecto desea llegar.

El material más conveniente para este tipo de trabajo, por su acabado, su manejo y costo. Pienso que es la fibra de vidrio. La fibra de vidrio al ser una técnica por capas, hace de estas unas esculturas livianas, que es uno de los puntos más importantes ya que para la vestimenta y mantenimiento necesitamos esta característica.

Los personajes son diferentes y cada uno de ellos goza de características únicas, lo cual influye mucho en los precios, dependiendo de la complejidad que demanden las mismas.

Las esculturas al ser fijas, se las vestirá con trajes que poseen adhesivos, las esculturas serán policromadas.

Las esculturas no llevaran elementos adicionales y el presupuesto solo corresponde a la figura humana en si.

Deseoso de servir a mi tierra

### **1.- ESCULTURAS POLICROMADAS EN FIBRA DE VIDRIO Y CABELLO SINTETICO, A ESCALA NATURAL.**

#### **LA FIESTA DEL CORAZA (primera fase)**

Tiempo estimado de construcción: Un año con dos meses.

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	P. UNI	CANT	TOTAL
1	El Coraza (prioste)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
2	La Mama señora (esposa)	De 40 a 45 años de	3.000	1	3.000

		edad, manos, pies y rostro expresivo			
3	El caballo del Coraza	Caballo de paso y expresivo y policromado	5.000	1	5.000
4	El paje del Coraza	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
5	Yumbo	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	2	6.000
6	Mujer de Yumbo	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	2	6.000
7	El caballo del yumbo	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	5.000	2	10.000
8	El Loa	Niño de 13 a 15 años, manos, pies y rostro	2.500	1	2.500
9	El caballo del Loa	Caballo de paso	5.000	1	5.000
10	4 Pifaneros, caja, pingullo, rondador 1, rondador 2	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	4	12.000
11	Un Taita Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
12	Un cuetero (pirotecnia)	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
13	6 ayudando la cuerda de monedas 3 a cada lado	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	6	18.000
14	12 músicos de la banda con sus instrumentos	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	2.000	12	24.000
15	La vestidora del coraza	De 30 a 35 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
16	2 cargadores de urna	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	2.500	2	5.000

<b>TOTAL DEL CORAZA</b>	<b>111.500</b>
-------------------------	----------------

### LA FIESTA LOS PENDONEROS (segunda fase)

Tiempo estimado de construcción: Un año.

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	P. UNI	CANT	TOTAL
1	-Prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
2	-Esposa del prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
3	-Prioste entrante	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
4	Esposa del prioste entrante	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
5	-3 parejas acompañantes (hombres y mujeres)	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	2.000	6	12.000
6	-4 cargadores de urnas	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	4	8.000
7	4 Pifaneros, caja, pingullo, rondador 1, rondador 2	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	4	12.000
8	-12 cargadores de los pendones	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	12	24.000
9	-Cuetero	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
10	-Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
11	12 músicos de la banda con sus instrumentos	De 40 a 45 años de edad, manos,	2.000	12	24.000

		zapatos y rostro			
<b>TOTAL DEL LOS PENDONEROS</b>					<b>98.000</b>

### LA FIESTA DEL INTI RAYMI (RAMA DE GALLOS)(tercera fase)

Tiempo estimado de construcción: Siete meses.

NRO.	PERSONAJE	CARACTERISTICAS	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
2	-Mujer del prioste	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	3.000	1	3.000
3	-2 Cargadores de la urna de	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro expresivo	2.000	2	4.000
4	-2 Cargadores del castillo de la rama	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	2	4.000
5	-2 Cargadores de la rama de gallos	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	2	4.000
6	-2 Cargadores de la rama de cuyes	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	2	4.000
7	-4 Flauteros campanilleros	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	4	12.000
8	-Cuetero	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y rostro	3.000	1	3.000
9	4 invitados acompañantes	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	4	8.000
10	-4 invitados con disfraz	De 24 a 30 años de edad, manos, pies y rostro	2.000	4	8.000
11	-Servicio	De 40 a 45 años de edad, manos, pies y	3.000	1	3.000

		rostro			
12	-12 músicos de la Banda	De 40 a 45 años de edad, manos, zapatos y rostro	2.000	12	24.000
<b>TOTAL DE RAMA DE GALLOS</b>					<b>80.000</b>

**NOTA:** La presente proforma entra en vigencia a partir de la fecha de emisión, susceptible de revisión de costos, de acuerdo al porcentaje inflacionario del país, a la fecha de ejecutar el proyecto.



**Artista Pintor Escultor Pedro Israel Villamar**

*Anexo 40.- Cotización de la Vestimenta y atuendos de la Fiesta del Coraza*

PROFORMA DE ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS PARA LOS PERSONAJES DE LAS FIESTAS TRADICIONALES DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA

ARTESANA/ARTISTA: Elba Luzmila Toapanta Herrera  
CÉDULA/ RUC: 100016120-6  
DIRECCIÓN: Calle Bolívar s/n y la Estación, San Rafael de la Laguna  
TELÉFONOS: 06-2918058  
CELULAR: 095547012  
FECHA DE EMISIÓN: 13 de diciembre del 2011  
FECHA DE CADUCIDAD: 13 de diciembre del 2012  
SOLICITANTE: Waldo Germánico Gualsaquí Mesa  
RAZÓN DE LA SOLICITUD: Cotización para realizar proyecto cultural en la parroquia

**1.- ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS DE LA FIESTA DEL CORAZA**

Personaje: El coraza

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Tela espejo, brillos, palmas, guardas y encaje	22,00	1	22,00
2	Cushma	Tela espejo, brillos, palmas, guardas y flecos	32,00	1	32,00
3	Manguillo	Tela de punto, brillos, cinta azul, perlas	6,50	2	13,00
4	Gola	Tela espejo, brillos, estrellas, gurdas, cinta azul, encaje, fleco y mullos	78,00	1	78,00
5	Pañuelo de cabeza	Tela espejo azul	5,00	1	5,00
6	Camisa de manga larga blanca	De terno para corbata	10,00	1	10,00
7	Corbata azul	Tela espejo, mullos, brillos	7,50	1	7,50
8	Guantes Blancos	Tela de punto	2,00	1 par	2,00
9	Bastón	Flores de papel ceda, cinta azul de tela espejo, cadenas, gargantillas	19,80	1	19,80
10	Zapatilla blanca	Adornado con cinta azul y estrella	8,00	1 par	8,00
11	Cabeza	Oropel, brillos, cinta azul, cadenas doradas, gargantillas de perlas, sarcillos (50 pares	1515,50	1	1515,50

		pequeños y 50 pares grandes), cadena de 12 anillos, plumas de avestruz y capacho			
12	Albayalde	Composición química, pinturas cosméticas	1,00	1	1,00
13	Paraguas negro	Paraguas totalmente negro	6,00	1	6,00
14	Tapanca (caballo)	Tela victoria rosada, decorada con papel blanco de brillo	2,75	1	2,75
15	Collar (caballo)	Tela victoria rosada, decorada con papel blanco de brillo	2,75	1	2,75
16	Corona (caballo)	Oropel con flor de papel ceda	1,50	1	1,50
17	Soga de plata	Piola, monedas	100,00	2	200,00
18	Mano de obra	Vestir al personaje	300,00	1	300,00
<b>TOTAL DEL CORAZA</b>					<b>2226,80</b>

Personaje: El paje del Coraza

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzoncillo	Liencillo	56,00	1	56,00
2	Camisa de quingos	Liencillo, bordada quingos	90,00	1	90,00
3	Sombrero negro	Sombrero de horma	70,00	1	70,00
4	Poncho negro	Lana	150,00	1	150,00
<b>TOTAL DEL PAJE DEL CORAZA</b>					<b>366,00</b>

Personaje: los yumbos

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	calzoncillos	Tela espejo azul, oropel, estrella y palmas	12,00	2	24,00
2	alpargates	Alpargate artesanal	5,00	2 pares	10,00
3	Medias gruesas de mujer	Tela espuma	3,00	2 pares	6,00
4	Sombrero negro	Sombrero de horma	70,00	2	140,00
5	Pañuelo azul de cabeza	Tela espejo	2,50	2	5,00
6	albayalde	Composición química y colores cosméticos	1,00	2	2,00
7	Camisa azul	Tela espejo, oropel de colores, guardas y estrellas	12,00	2	24,00
8	Mano de obra	Vestir al personaje	20,00	2	40,00
<b>TOTAL DE LOS DOS YUMBOS</b>					<b>251,00</b>

Personaje: El Loa

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Terno negro	Casimir, cintas amarillas,	54,00	1	54,00
2	Sombrero negro	Sombrero de horma, cinta	96,00	1	96,00

		azul, estrellas, brillos, perlas y plumas de avestruz			
3	Zapatos	Zapato de color negro	20,00	1 par	20,00
4	Charreteras	Oropel, brillos, flecos y perlas	5,00	2	10,00
5	Camisa blanca	Camisa de terno	10,00	1	10,00
6	Mano de obra	Vestir al personaje	20,00	1	20,00
<b>TOTAL DEL LOA</b>					<b>210,00</b>

Personaje: La mama señora

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Anaco blanco	Lana de borrego	78,00	1	78,00
2	Anaco negro	Lana de borrego	95,00	1	95,00
3	Faja grande (mama chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	1	20,00
4	Faja pequeña (guagua chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	1	20,00
5	Camisa bordada	Lienzo bordado de color manteca	375,00	1	375,00
6	Fachalina negra	Lana de borrego	46,00	1	46,00
7	Fachalina para la cabeza	Lana de borrego	46,00	1	46,00
8	Reboso	Piel de color rosado	105,00	1	105,00
9	Gualcas	Coral	2350,00	1	2350,00
10	Manillas	coral	350,00	1 par	350,00
11	Vela decorada	Será	15,00	1	15,00
12	Sombrero negro	Sombrero de horma, cinta azul, estrellas, brillos, perlas y plumas de avestruz	96,00	1	96,00
13	Cinta para el pelo	Lana de borrego de colores	10,00	1	10,00
14	Bastón	Flores de papel ceda, cinta azul de tela espejo, cadenas, gargantillas	19,80	1	19,80
15	Vela decorada	Sera de variados colores	15,00	1	15,00
<b>TOTAL DE LA MAMA SEÑORA</b>					<b>3640,80</b>

Personaje: 2 Esposas de los yumbos

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Anaco blanco	Lana de borrego	78,00	2	156,00
2	Anaco negro	Lana de borrego	95,00	2	190,00
3	Faja grande (mama chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	2	40,00
4	Faja pequeña (guagua chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	2	40,00
5	Camisa bordada	Lienzo bordado de	375,00	2	750,00

		color manteca			
6	Fachalina negra	Lana de borrego	46,00	2	92,00
7	Fachalina para la cabeza	Lana de borrego	46,00	2	92,00
8	Reboso	Piel de color rosado	105,00	2	210,00
9	Gualcas	Coral	2350,00	2	4700,00
10	Manillas	coral	350,00	2pares	700,00
11	Vela decorada	Será	15,00	2	30,00
12	Sombrero negro	Sombrero de horma, cinta azul, estrellas, brillos, perlas y plumas de avestruz	96,00	2	192,00
13	Cinta para el pelo	Lana de borrego de colores	10,00	2	20,00
14	Bastón	Flores de papel ceda, cinta azul de tela espejo, cadenas, gargantillas	19,80	2	39,60
15	Vela decorada	Sera de variados colores	15,00	2	30,00
<b>TOTAL DE LAS SEÑORAS DE LOS YUMBOS</b>					<b>7281,60</b>

Personaje: Los 4 pifanerso

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzoncillo	Liencillo	56,00	4	224,00
2	Camisa de quingos	Liencillo, bordada quingos	90,00	4	360,00
3	Sombrero negro	Sombrero de horma	70,00	4	280,00
4	Poncho negro	Lana	150,00	4	600,00
5	tambor	Madera y cuero de borrego	120,00	1	120,00
6	rondador	Carrizo o bambú	25,00	2	50,00
7	Pífano (pingullo)	Hueso de cóndor	250,00	1	250,00
<b>TOTAL DE LOS PIFANEROS</b>					<b>1884,00</b>

Personaje: Un Taita Servicio con bebida

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	1	56,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	1	90,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	1	150,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	1	70,00
5	Pilche (utensilio)	Mate cascará de fruto (puro)	12,00	1	12,00
<b>TOTAL DEL TAITA SERVICIO CON BEBIDA</b>					<b>378,00</b>

Personaie: Cuetero (pirotecna)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	1	56,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	1	90,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	1	150,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	1	70,00
5	volatería	Papel, cabuya, carrizo	30,00	1	30,00
<b>TOTAL DEL CUETERO (PIROTECNIA)</b>					<b>396,00</b>

Personaje: 3 Ayudantes de la cuerda de monedas (hombres)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	3	168,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	3	270,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	3	450,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	3	210,00
<b>TOTAL DE LOS 3 AYUDANTES DE LA CUERDA DE MONEDAS</b>					<b>1098,00</b>

Personaje: 3 Ayudantes de la cuerda de monedas (mujeres con carga)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Anaco blanco	Lana de borrego	78,00	3	234,00
2	Anaco negro	Lana de borrego	95,00	3	285,00
3	Faja grande (mama chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	3	60,00
4	Faja pequeña (guagua chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	3	60,00
3	Camisa bordada	Lienzo bordado de color manteca	375,00	3	1125,00
4	Fachalina negra	Lana de borrego	46,00	3	138,00
5	Fachalina para la cabeza	Lana de borrego	46,00	3	138,00
6	Maleta fachalina	Lana de borrego	46,00	3	138,00
7	Vasija (pondo pequeño)	Barro cocinado	10,00	3	30,00
8	Gualcas (para cuello)	Coralina	500,00	3	1500,00
9	Manillas	Mullos, cuentas	50,00	3pares	150,00
10	Cinta para el pelo	Lana de borrego de colores	10,00	3	30,00
<b>TOTAL DE LOS 3 AYUDANTES DE LA CUERDA DE MONEDAS</b>					<b>3888,00</b>

Personaje: 2 Cargadores de la urna imagen de San Luis

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	2	112,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	2	180,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	2	300,00

4	Sombrero	De horma negro	70,00	2	140,00
TOTAL 2 CARGADORES CON LA URNA IMAGEN DE SAN LUIS					<b>732,00</b>

Personaje: La vestidora del coraza con maleta

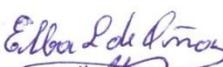
NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Vestido	Ceda	25,00	1	25,00
2	saco	lana	10,00	1	10,00
3	Zapatos	casuales	20,00	1 par	20,00
4	Medias	nailon	5,00	1 par	5,00
5	Fachalina para cargar la cabeza	pañó	20,00	1	20,00
6	Mano de obra	Vestir al personaje	10,00	1	10,00
TOTAL LA VESTIDORA DEL CORAZA CON MALETA					<b>90,00</b>

Personaje: 2 Cargadores con sus Camaretas

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	2	112,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	2	180,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	2	300,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	2	140,00
5	Camaretas	Carrizo, papel, cabuya	10,00	2	20,00
TOTAL 2 CARGADORES CON SUS CAMARETAS					<b>752,00</b>

Los precios detallados en esta proforma son costos actuales de los atuendos de épocas antiguas de la fiesta del Coraza, que se recuperara o se pretende recuperar de las personas particulares de la comunidad, ya que se está perdiendo o destruyendo, para rescatar este patrimonio de la parroquia nos da un total de **23194,20 USD**, (veinte y tres mil ciento noventa y cuatro con 0,20 dólares americanos), si no se logra adquirir lo original se ofertará una réplica con las mismas características sujetas a ser examinadas y evaluadas antes de la adquisición.

**NOTA:** la presente proforma entra en vigencia a partir de la fecha de emisión, susceptible de revisión de costos, de acuerdo al porcentaje inflacionario del país, a la fecha de ejecutar el proyecto.

  
Elba Luzmila Toapanta Herrera

ARTESANA RESPONSABLE

Anexo 41- a).- Proforma de vestimenta y atuendos de las tres etapas

## PROFORMA DE ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS PARA LOS PERSONAJES DE LAS FIESTAS TRADICIONALES DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA

ARTESANO/ARTISTA: Eduardo Alfonso Zapata Cayo  
CÉDULA/ RUC: 170408765-7  
DIRECCIÓN: Atahualpa entre García Moreno y Piedrahita  
TELÉFONOS: 06-2922-680  
CELULAR: 086422773  
FECHA DE EMISIÓN: 23 de enero del 2012  
FECHA DE CADUCIDAD: 23 de febrero del 2012  
SOLICITANTE: Waldo Germánico Gualsaquí Mesa  
RAZÓN DE LA SOLICITUD: Cotización para realizar proyecto cultural en la parroquia

### 1.- ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS DE LA BANADA DE LA FIESTA DEL CORAZA

Personaje: 1 Músico 10 de la banda con barítono

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					80,00

Personaje: 2 Músico 11 de la banda con trombón

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					85,00

Personaje: 3 Músico 12 de la banda con bajo (tuba)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 4 Músico 7 de la banda con platillos

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					135,00

Personaje: 5 Músico 8 de la banda con bombo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 6 Músico 9 de la banda con tambor

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
TOTAL					115,00

Personaje: 7 Músico 4 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					80,00

Personaje: 8 Músico 5 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					85,00

Personaje: 9 Músico 6 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 10 Músico 1 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					135,00

Personaje: 11 Músico 2 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 12 Músico 3 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
TOTAL					115,00

La vestimenta de la banda para la primera etapa o museo del coraza nos da un total de 1090 USD, incluye mano de obra para vestir a los personajes.

## 2.- ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS DE LA BANDA DE LA FIESTA DE LOS PENDONEROS

Personaje: 1 Músico 10 de la banda con barítono

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					80,00

Personaje: 2 Músico 11 de la banda con trombón

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					85,00

Personaje: 3 Músico 12 de la banda con bajo (tuba)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 4 Músico 7 de la banda con platillos

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					135,00

Personaje: 5 Músico 8 de la banda con bombo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 6 Músico 9 de la banda con tambor

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
TOTAL					115,00

Personaje: 7 Músico 4 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					80,00

Personaje: 8 Músico 5 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					85,00

Personaje: 9 Músico 6 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 10 Músico 1 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					135,00

Personaje: 11 Músico 2 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 12 Músico 3 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
TOTAL					115,00

La vestimenta de la banda para la segunda etapa o museo de los Pendoneros nos da un total de 1090 USD. incluye mano de obra para vestir a los personajes.

**3.- ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS DE LA BANDA DE LA FIESTA DEL INTY RAYMI  
(LA RAMA DE GALLOS)**

Personaje: 1 Músico 10 de la banda con barítono

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					80,00

Personaje: 2 Músico 11 de la banda con trombón

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					85,00

Personaje: 3 Músico 12 de la banda con bajo (tuba)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 4 Músico 7 de la banda con platillos

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					135,00

Personaje: 5 Músico 8 de la banda con bombo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 6 Músico 9 de la banda con tambor

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
TOTAL					115,00

Personaje: 7 Músico 4 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					80,00

Personaje: 8 Músico 5 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					85,00

Personaje: 9 Músico 6 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 10 Músico 1 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
4	Sombrero	Paño	20,00	1	20,00
TOTAL					135,00

Personaje: 11 Músico 2 de la banda con saxo

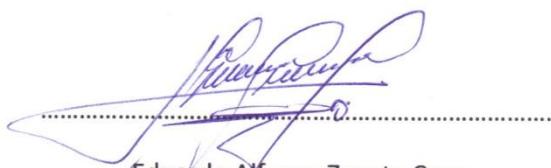
NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaleco	Casimir nacional	20,00	1	20,00
TOTAL					65,00

Personaje: 12 Músico 3 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	20,00	1	20,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	70,00	1	70,00
TOTAL					115,00

La vestimenta de la banda para la tercer etapa o museo de la rama de gallos nos da un total de 1090 USD, incluye mano de obra para vestir a los personajes; En consecuencia las tres etapas dan un total de **3270 USD**.

**NOTA:** la presente proforma entra en vigencia a partir de la fecha de emisión, susceptible de revisión de costos, de acuerdo al porcentaje inflacionario del país, a la fecha de ejecutar el proyecto.



Eduardo Alfonso Zapata Cayo

ARTESANO RESPONSABLE

Anexo 41- b).- Proforma de vestimenta y atuendos de las tres etapas

## PROFORMA DE ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS PARA LOS PERSONAJES DE LAS FIESTAS TRADICIONALES DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA

ARTESANO/ARTISTA: Rosa Janeth Zapata Oña  
CÉDULA/ RUC: 100197088-6  
DIRECCIÓN: Calle la Estación y Neftalí Montalvo (San Rafael-Otavalo)  
TELÉFONOS: 06-2919-016  
CELULAR: 081499318  
FECHA DE EMISIÓN: 23 de enero del 2012  
FECHA DE CADUCIDAD: 23 de abril del 2012  
SOLICITANTE: Waldo Germánico Gualsaquí Mesa  
RAZÓN DE LA SOLICITUD: Cotización para realizar proyecto cultural en la parroquia

### 1.- ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS DE LA BANADA DE LA FIESTA DEL CORAZA

Personaje: 1 Músico 10 de la banda con barítono

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					80,00

Personaje: 2 Músico 11 de la banda con trombón

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					90,00

Personaje: 3 Músico 12 de la banda con bajo (tuba)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					65,00

Personaje: 4 Músico 7 de la banda con platillos

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					105,00

Personaje: 5 Músico 8 de la banda con bombo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
TOTAL					75,00

Personaje: 6 Músico 9 de la banda con tambor

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
TOTAL					90,00

Personaje: 7 Músico 4 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					80,00

Personaje: 8 Músico 5 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					90,00

Personaje: 9 Músico 6 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					65,00

Personaje: 10 Músico 1 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					105,00

Personaje: 11 Músico 2 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
TOTAL					75,00

Personaje: 12 Músico 3 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
TOTAL					90,00

La vestimenta de la banda para la primera etapa o museo del coraza nos da un total de 1010 USD, incluye mano de obra para vestir a los personajes.

## 2.- ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS DE LA BANDA DE LA FIESTA DE LOS PENDONEROS

Personaje: 1 Músico 10 de la banda con barítono

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					80,00

Personaje: 2 Músico 11 de la banda con trombón

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					90,00

Personaje: 3 Músico 12 de la banda con bajo (tuba)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					65,00

Personaje: 4 Músico 7 de la banda con platillos

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					105,00

Personaje: 5 Músico 8 de la banda con bombo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
TOTAL					75,00

Personaje: 6 Músico 9 de la banda con tambor

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
TOTAL					90,00

Personaje: 7 Músico 4 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00

TOTAL		80,00
-------	--	-------

Personaje: 8 Músico 5 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					90,00

Personaje: 9 Músico 6 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					65,00

Personaje: 10 Músico 1 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					105,00

Personaje: 11 Músico 2 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
TOTAL					75,00

Personaje: 12 Músico 3 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
TOTAL					90,00

La vestimenta de la banda para la segunda etapa o museo de los Pendoneros nos da un total de 1010 USD. incluye mano de obra para vestir a los personajes.

### 3.- ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS DE LA BANDA DE LA FIESTA DEL INTY RAYMI (LA RAMA DE GALLOS)

Personaje: 1 Músico 10 de la banda con barítono

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					80,00

Personaje: 2 Músico 11 de la banda con trombón

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					90,00

Personaje: 3 Músico 12 de la banda con bajo (tuba)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					65,00

Personaje: 4 Músico 7 de la banda con platillos

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					105,00

Personaje: 5 Músico 8 de la banda con bombo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
TOTAL					75,00

Personaje: 6 Músico 9 de la banda con tambor

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
TOTAL					90,00

Personaje: 7 Músico 4 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Saco	Lana	15,00	1	15,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					80,00

Personaje: 8 Músico 5 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					90,00

Personaje: 9 Músico 6 de la banda con trompeta

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					65,00

Personaje: 10 Músico 1 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
4	Sombrero	Paño	15,00	1	15,00
TOTAL					105,00

Personaje: 11 Músico 2 de la banda con saxo

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaleco	Casimir nacional	25,00	1	25,00
TOTAL					75,00

Personaje: 12 Músico 3 de la banda con clarinete

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Pantalón	Casimir Nacional	25,00	1	25,00
2	Camisa	Dacron	25,00	1	25,00
3	Chaqueta	Casimir Nacional	40,00	1	40,00
TOTAL					90,00

La vestimenta de la banda para la tercera etapa o museo de la rama de gallos nos da un total de 1010 USD, incluye mano de obra para vestir a los personajes. En consecuencia las tres etapas dan un total de **3030 USD**.

**NOTA:** la presente proforma entra en vigencia a partir de la fecha de emisión, susceptible de revisión de costos, de acuerdo al porcentaje inflacionario del país, a la fecha de ejecutar el proyecto.



Rosa Janeth Zapata Oña

ARTESANA RESPONSABLE

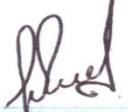
Anexo 42- a).- Instrumentos de la banda

Dirección: Av. Jaime Rivadeneira 9-00 y Pedro Moncayo Telf. 2642414  
 IBARRA - ECUADOR

**Nº 0005786**  
 R.U.C. 1001464856001

Nombre: Waldo Gualsaqui  
 Asociación: San Rafael Telf: \_\_\_\_\_  
 C.: 100227668-9 Fecha: 17/01/2012

ANT.	DETALLE	V. UNIT.	VALOR VENTA
1	Trombon Amati		220,=
1	Par de Platos 16" Adun		130,=
1	Bombos SBT 26"		120,=
1	Redoblante SBT		55,=
2	Clarinetes Amati	160,=	320,=
2	Trompeta Amati	170,=	340,=
2	Saxos Fredam.	595,=	1.190,=
1	Bantow Jamaica		6000,=
1	Bayo Tubo Jamaica.		12.000,=
Valido la proforma para			20 dias.
Taller Gráfico Telf.: 2640200 Ibarra			
			SUBTOTAL 18.191,96
			Descuentos
			I.V.A. 12% 2.183,04
			I.V.A. 0%
			TOTAL FACTURAS 20.375,=

  
 POR AMPLIFICACIÓN Y SONIDO

Anexo 42- b).- Instrumentos de la banda

**IMS A**  
 \*IMPORTADORA MUSICAL\* SISTEMAS AUDIO Y COMUNICACIÓN\*  
 \*CONTAMOS CON ASESORAMIENTO Y SERVICIO TECNICO\*

Dir.: Bolívar 8-81 y Velasco Telfs.: (593-6) 2 607 473  
 Fax: 2 952 683 E-mail:imsa@andinanet.net Ibarra - Ecuador

RUC: 1002014635001  
 Chiluisa Chicaiza Carolina Antonieta  
**PROFORMA**  
**Nº 0001137**

Código :  
 Nombre: Waldo Gualsagui Mesa  
 Dirección: San Rafael  
 RUC/C.I.: 100227668-9  
 Teléfono: -099264060

Página:  
 Fecha: 17-01-2012  
 Vencim.: 15-días  
 Pago:  
 Vendedor:

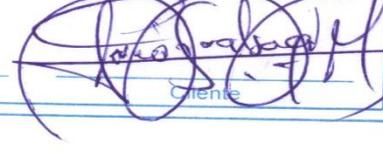
CODIGO	DESCRIPCION	Cant.	V. Unit.	V. Total
	Trompeta Freedom dorada	2	165	330
	Trombon Valvula dorado	1	920	920
	Saxo Freedom dorado	2	540	1080
	Tambor Metalico	1	60	60
	Bombo CPK 26"	1	125	125
	Platillo de banda	1 par	100	100

Código :  
 Nombre: WALDO GUALSAGUI  
 Dirección: SAN RAFAEL  
 RUC/C.I.: 100227668-9  
 Teléfono: 2 099264060

Página:  
 Fecha: 02-02-12  
 Vencim.:  
 Pago:  
 Vendedor:

CODIGO	DESCRIPCION	Cant.	V. Unit.	V. Total
	CHARINETE STEES	1	300	300
	PERCUSSIVO DEH. 301. YATA	1	3000	3000
	TUBA YATAHO YBRICOS	1	4580	4580
	CHARINETE OTART	1	180	180

Salida la mercadería no se aceptan devoluciones en efectivo. Cambios o devoluciones máximo el plazo de 8 días. Presentando esta factura.  
 Debo y pagaré a Carolina Antonieta Chiluisa Chicaiza sin protesto el total de esta factura, en caso de incumplimiento pagaré la tasa máxima de mora autorizada, más los gastos que por sermimo se pagaren.

Firma Autorizada:  Cliente: 

Subtotal \_\_\_\_\_  
 Redondeo \_\_\_\_\_  
 Descuento \_\_\_\_\_  
 % IVA \_\_\_\_\_  
 Tarifa 0% \_\_\_\_\_  
**TOTAL \$** \_\_\_\_\_

Anexo 42- c).- Instrumentos de la banda

<b>FACTURA</b>			
VENDIDO A: <i>Waldo Guadalupe</i>		R.U.C. / C.I.: <i>100227668-9</i>	
DIRECCIÓN: <i>San Rafael</i>		CIUDAD: <i>Otavalo</i>	
FORMA DE PAGO: <i>Proforma</i>	FECHA: <i>20. Ener / 12.</i>	TELÉFONO: <i>099264060-</i>	
CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
<i>1-</i>	<i>Barifono G<sup>do</sup></i>	<i>395=</i>	<i>395</i>
<i>1-</i>	<i>Contrabajo</i>	<i>245=</i>	<i>245</i>
<i>2-</i>	<i>Plafillos e/u.</i>	<i>38=</i>	<i>76</i>
<i>1-</i>	<i>Bombo</i>	<i>145=</i>	<i>145</i>
<i>1-</i>	<i>Lambar - Redobante</i>	<i>68.5=</i>	<i>68.5</i>
<i>2-</i>	<i>Clarinetes e/u.</i>	<i>205=</i>	<i>410=</i>
<i>2-</i>	<i>Crompetas e/u.</i>	<i>205=</i>	<i>410=</i>
<i>2-</i>	<i>Saxos</i>	<i>545=</i>	<i>1.090=</i>
<p><i>Proforma dotado por</i>  <i>J. Grijalva Espinoza R.</i>  <i>para Proyecto Cultural =</i></p> 			
SON. <i>Tres mil Ciento</i>			<i>2.839.50</i>
<i>ochenta 24/100 -</i>		<i>12%</i>	<i>340.74</i>
APROBADO POR: <i>[Signature]</i>			<i>3.180.24</i>
Recibi Conforme		TOTAL →	<i>[Signature]</i>

NOTA: salida la mercadería no se aceptan reclamos.

Anexo 43- a).- Imágenes religiosas para los museos de las 3 fiestas



# ARTE Y ARTESANIAS

**CARLOS E. ESPINOSA C.**

(ESCULTOR)

ESCULTURA, TALLADOS Y RELIEVES  
Teléfs. 953184 - 953594

Dirección: Calle 27 de Noviembre Nº 1586  
San Antonio de Ibarra - Ecuador

San Antonio, a 17 de enero 2011 de 199

Señor: Waldo Guabragui Mesa (099264060)

POR LO SIGUIENTE:

Cant.	DETALLE	V. Unitario	V. TOTAL
1	Yunacem San Juan 80 emts pau de oro solo filos		784
1	Verben del Carmen con Niño, filos con pau de oro de 80 em. + 20 em. Niño 1 metro		980
1	San Luis Obispo 80 emts filos pau de oro		784
1	San Miguel Arcángel de 80 emts. + balanza.		784
	+ 760 por 1/2 base con 2 palos.		240,=

**GALERIA ARTESPINOZA**

De Carlos Espinoza  
Ofce Artesanias en Madera  
Dir Calle 27 de Noviembre Nº 337  
Telefax. 2932-184  
San Antonio de Ibarra

*Polorma Valido por 30 dias.*



Anexo 43- c).- Imágenes religiosas para los museos de las 3 fiestas

**GUILLERMO CEVALLOS & GLORIA POTOSI**  
**Galería de Arte "SAN ANTONIO"**

Trabajamos en Madera: Escultura Moderna - Religiosa - Clásica - Artesanía en General

TALLER Y ALMACEN: Calle 27 de Noviembre junto al Banco del Pichincha - Teléf. 932-336  
 San Antonio de Ibarra - Imbabura - Ecuador - RUC. 1001073368001

**Liquidación de Compras y Servicios**

Señor Waldo Walsognu

R.U.C. o C.I. \_\_\_\_\_

001 N° 000143

Fecha 18 de Enero 2012

**POR LO SIGUIENTE**

**DEBE:**

Cant.	DETALLE	cm.	V. Unit.	V. TOTAL
1	San Juan	80	520	
1	San Diego	80	520	
1	San Juan del Cornejo	80	520	
1	San Juan Obispo	80	520	
			<u>2.140</u>	
<p style="text-align: center;">Guillermo Cevallos</p>		<b>SUBTOTAL</b>		
		Total Tarifa 0%		
		Total IVA 10%		
		<b>Total a Pagar S/.</b>		

**Anexo 44.- Atuendos y vestimenta para la fiesta de los Pendoneros**  
**PROFORMA DE ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS PARA LOS**  
**PERSONAJES DE LAS FIESTAS TRADICIONALES DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA**

ARTESANO/ARTISTA: Juan Anguaya Cachimuel  
 CÉDULA/ RUC: 100131579-3  
 DIRECCIÓN: Comunidad de San Miguel Alto, San Rafael de la Laguna  
 TELÉFONOS: S/N  
 CELULAR: 086309391  
 FECHA DE EMISIÓN: 13 de diciembre del 2011  
 FECHA DE CADUCIDAD: 13 de diciembre del 2012  
 SOLICITANTE: Waldo Germánico Gualsaquí Mesa  
 RAZÓN DE LA SOLICITUD: Cotización para realizar proyecto cultural en la parroquia

**2.- ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS DE LA FIESTA DE LOS PENDONEROS**

Personaje: El prioste

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	1	56,00
2	Camisa manga larga	Liencillo bordado, blanco	90,00	1	90,00
3	Chaleco	Casimir café	30,00	1	30,00
4	Camiseta	Lienzo manteca	15,00	1	15,00
5	Faja (cinturón)	Lana de borrego, de colores	20,00	1	20,00
6	Poncho	Lana de borrego azul Marín	380,00	1	380,00
7	Rosario	Coral, cuentas, plata	3800,00	1	3800,00
8	Cordón para el pelo	Lana de borrego, de colores	5,00	1	5,00
9	Sombrero	De horma negro	150,00	1	150,00
10	Alpargates	Cabuya y lienzo	7,00	1 par	7,00
11	Pañuelo grande	Tela ceda de color amarillo	10,00	1	10,00
12	Pañuelo pequeño (mano)	Tela ceda de color amarillo	5,00	1	5,00
13	Vela decorada	Sera de colores	15,00	1	15,00
<b>TOTAL PRIOSTE</b>					<b>4583,00</b>

Personaje: Esposa del sacerdote

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Camisa	Lienzo bordado de color manteca	375,00	1	375,00
2	Anaco bordado	Lana de borrego de color blanco	78,00	1	78,00
3	Anaco bordado	Lana de borrego de color negro	95,00	1	95,00
4	Fachalinas	Lana de borrego, 1 blanca y 1 negra	46,00	2	92,00
5	Reboso (bayetón)	Paño de color rosado	105,00	1	105,00
6	Gualcas (para cuello)	Coral	2350,00	1	2350,00
7	Manilla	coral	350,00	1 par	350,00
9	Rosario	Coral, cuentas, plata	3800,00	1	3800,00
10	Topo	Plata	33,50	1	33,50
11	Rinri wuarcu (aretes de orejeras)	Giga de plata, cuentas quito,	350,00	1par	350,00
12	Faja grande (mama chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	1	20,00
13	Faja pequeña (guagua chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	1	20,00
14	Cinta para el pelo	Lana de borrego de colores	10,00	1	10,00
15	Lishta (para la cabeza)	Orlón negro con blanco	18,00	1	18,00
16	Pañuelo pequeño (mano)	Tela ceda de color amarillo	5,00	1	5,00
17	Vela decorada	Sera de colores	15,00	1	15,00
<b>TOTAL ESPOSA DEL PRIOSTE</b>					<b>7716,50</b>

Personaje: El sacerdote entrante

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	1	56,00
2	Camisa manga larga	Liencillo bordado, blanco	90,00	1	90,00
3	Chaleco	Casimir café	30,00	1	30,00
4	Camiseta	Lienzo manteca	15,00	1	15,00
5	Faja (cinturón)	Lana de borrego, de colores	20,00	1	20,00
6	Poncho	Lana de borrego azul Marín	380,00	1	380,00
7	Rosario	Coral, cuentas, plata	3800,00	1	3800,00
8	Cordón para el pelo	Lana de borrego, de colores	5,00	1	5,00
9	Sombrero	De horma negro	150,00	1	150,00
10	Alpargates	Cabuya y lienzo	7,00	1 par	7,00

11	Pañuelo grande	Tela ceda de color amarillo	10,00	1	10,00
12	Pañuelo pequeño (mano)	Tela ceda de color amarillo	5,00	1	5,00
13	Vela decorada	Sera de colores	15,00	1	15,00
<b>TOTAL PRIOSTE ENTRANTE</b>					<b>4583,00</b>

Personaje: Esposa del prioste entrante

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Camisa	Lienzo de color manteca	375,00	1	375,00
2	Anaco bordado	Lana de borrego de color blanco	78,00	1	78,00
3	Anaco bordado	Lana de borrego de color negro	95,00	1	95,00
4	Fachalinas	Lana de borrego, 1 blanca y 1 negra	46,00	2	92,00
5	Reboso (bayetón)	Paño de color rosado	105,00	1	105,00
6	Gualcas (para cuello)	Coralina	2350,00	1	2350,00
7	Manilla	coral	350,00	1 par	350,00
9	Rosario	Coral, cuentas, plata	3800,00	1	3800,00
10	Topo	Plata	33,50	1	33,50
11	Rinri wuarcu (aretes de orejeras)	Giga de plata, cuentas quito,	350,00	1par	350,00
12	Faja grande (mama chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	1	20,00
13	Faja pequeña (guagua chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	1	20,00
14	Cinta para el pelo	Lana de borrego de colores	10,00	1	10,00
15	Lishta (para la cabeza)	Orlón negro con blanco	18,00	1	18,00
16	Pañuelo pequeño (mano)	Tela ceda de color amarillo	5,00	1	5,00
17	Vela decorada	Sera de colores	15,00	1	15,00
<b>TOTAL ESPOSA DEL PRIOSTE ENTRANTE</b>					<b>7716,50</b>

Personaje: 3 Acompañantes hombres

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	3	168,00
2	Camisa manga larga	Liencillo bordado, blanco	90,00	3	270,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	3	450,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	3	210,00
<b>TOTAL 3 ACOMPAÑANTES HOMBRES</b>					<b>1098,00</b>

Personaje: 3 Acompañantes mujeres

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Camisa	Lienzo de color manteca	200,00	3	600,00
2	Anaco bordado	Lana de borrego de color blanco	78,00	3	234,00
3	Anaco bordado	Lana de borrego de color negro	95,00	3	285,00
4	Fachalinas	Lana de borrego, blanca o negra	46,00	3	138,00
5	Fachalina (para cargar)	Lana de borrego, blanca o negra	46,00	3	138,00
6	Gualcas (para cuello)	Coralina	500,00	3	1500,00
7	Manilla	Mullos, cuentas	50,00	3pares	150,00
8	Vasija (pondo pequeño)	Barro cocinado	10	3	30,00
9	Faja grande (mama chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	3	60,00
10	Faja pequeña (guagua chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	3	60,00
11	Cinta para el pelo	Lana de borrego de colores	10,00	3	30,00
<b>TOTAL 3 ACOMPAÑANTES MUJERES</b>					<b>3225,00</b>

Personaje: 4 cargadores de las urnas hombres

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	4	224,00
2	Camisa manga larga	Liencillo bordado, blanco	90,00	4	360,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	4	600,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	4	280,00
<b>TOTAL 4 CARGADORES DE LAS URNAS HOMBRES</b>					<b>1464,00</b>

Personaje: Los 4 pifaneros

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	4	224,00
2	Camisa manga larga	Liencillo bordado, blanco	90,00	4	360,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	4	600,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	4	280,00
5	tambor	Madera y cuero de borrego	120,00	1	120,00
6	rondador	Carrizo o bambú	25,00	2	50,00
7	Pífano (pingullo)	Hueso de cóndor	250,00	1	250,00
<b>TOTAL DE LOS PIFANEROS</b>					<b>1884,00</b>

Personaje: Los 12 Pendoneros hombres

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	12	672,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	12	1080,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	12	1800,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	12	840,00
5	Bandera (pendón)	Hasta de chonta, tela roja de lienzo, borlas de lana de colores, cordón de algodón, cruz de plata con inscripción de nombres en la parte posterior	323,00	12	3876,00
<b>TOTAL DE LOS 12 PENDONEROS HOMBRES</b>					<b>8268,00</b>

Personaje: Un Taita Servicio con bebida

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	1	56,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	1	90,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	1	150,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	1	70,00
5	Pilche (utensilio)	Mate cascará de fruto (puro)	12,00	1	12,00
<b>TOTAL DEL TAITA SERVICIO CON BEBIDA</b>					<b>378,00</b>

Personaje: Cuetero (pirotecnia)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	1	56,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	1	90,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	1	150,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	1	70,00
5	volatería	Papel, cabuya, carrizo	30,00	1	30,00
<b>TOTAL DEL CUETERO (PIROTECNIA)</b>					<b>396,00</b>

Personaje: 2 Cargadores con sus Camaretas

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Calzón	Liencillo, blanco	56,00	2	112,00

2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	2	180,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	2	300,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	2	140,00
5	Camaretas	Carrizo, papel, cabuya	10,00	2	20,00
<b>TOTAL 2 CARGADORES CON SUS CAMARETAS</b>					<b>752,00</b>

Los precios detallados en esta proforma son costos actuales de los atuendos de épocas antiguas de la fiesta de los Pendoneros, que se recuperara o se pretende recuperar de las personas particulares de la comunidad, ya que se está perdiendo o destruyendo, para rescatar este patrimonio de la parroquia nos da un total de **42064,00 USD**, (cuarenta y dos mil sesenta y cuatro dólares americanos), si no se logra adquirir la original se ofertará una réplica con las mismas características sujetas a ser examinadas y evaluadas antes de la adquisición.

**NOTA:** la presente proforma entra en vigencia a partir de la fecha de emisión, susceptible de revisión de costos, de acuerdo al porcentaje inflacionario del país, a la fecha de ejecutar el proyecto.



Juan Anguaya Cachimuel

ARTESANO RESPONSABLE

Anexo 45.- Atuendos, vestimenta, accesorios de la fiesta del Inti Raymi

PROFORMA DE ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS PARA LOS PERSONAJES DE LAS FIESTAS TRADICIONALES DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA

ARTESANO/ARTISTA: Juan Anguaya Cachimuel  
 CÉDULA/ RUC: 100131579-3  
 DIRECCIÓN: Comunidad de San Miguel Alto, San Rafael de la Laguna  
 TELÉFONOS: S/N  
 CELULAR: 086309391  
 FECHA DE EMISIÓN: 13 de diciembre del 2011  
 FECHA DE CADUCIDAD: 13 de diciembre del 2012  
 SOLICITANTE: Waldo Germánico Gualsaquí Mesa  
 RAZÓN DE LA SOLICITUD: Cotización para realizar proyecto cultural en la parroquia

**3.- ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS DE LA FIESTA DEL INTY RAYMI (LA RAMA DE GALLOS)**

Personaje: El sacerdote

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Muro changa	Liencillo, blanco	15,00	1	15,00
2	Camisa manga larga	Liencillo bordado, blanco	90,00	1	90,00
3	Camiseta	Lienzo manteca	15,00	1	15,00
4	Faja (cinturón)	Lana de borrego, de colores	20,00	1	20,00
5	Poncho	Lana de borrego azul Marín	380,00	1	380,00
6	Cordón para el pelo	Lana de borrego, de colores	5,00	1	5,00
7	Sombrero	De horma negro	150,00	1	150,00
8	Alpargates	Cabuya y lienzo	7,00	1 par	7,00
<b>TOTAL PRIESTE</b>					<b>682,00</b>

Personaje: Mujer del sacerdote

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Camisa	Lienzo bordado de color manteca	375,00	1	375,00
2	Anaco bordado	Lana de borrego de	78,00	1	78,00

		color blanco			
3	Anaco bordado	Lana de borrego de color negro	95,00	1	95,00
4	Fachalinas	Lana de borrego, 1 blanca y 1 negra	46,00	1	46,00
5	Reboso (bayetón)	Paño de color rosado	105,00	1	105,00
6	Gualcas (para cuello)	Coral	2350,00	1	2350,00
7	Manilla	coral	350,00	1 par	350,00
8	Rinri wuarcu (aretes de orejeras)	Giga de plata, cuentas quito,	350,00	1	350,00
9	Faja grande (mama chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	1	20,00
10	Faja pequeña (guagua chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	1	20,00
11	Cinta para el pelo	Lana de borrego de colores	10,00	1	10,00
<b>TOTAL MUJER DEL PRIOSTE</b>					<b>3799,00</b>

Personaje: 2 cardadores de urna de San Juan

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Muro changa	Liencillo, blanco	15,00	2	30,00
2	Camisa manga larga	Liencillo bordado, blanco	90,00	2	180,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	2	300,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	2	140,00
<b>TOTAL 2 CARDADORES DE URNA DE SAN JUAN</b>					<b>650,00</b>

Personaje: 2 cardadores del castillo de la rama

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Muro changa	Liencillo, blanco	15,00	2	30,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	2	180,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	2	300,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	2	140,00
5	Castillo de la rama	Carrizo, frutas y pan artificial, cabuya botella de licor	80,00	1	80,00
<b>TOTAL 2 CARDADORES DEL CASTILLO DE LA RAMA</b>					<b>730,00</b>

Personaje: 4 cardadores de las ramas de gallos y de cuyes

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Muro changa	Liencillo, blanco	15,00	4	60,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	4	360,00
3	Poncho	Lana de borrego azul	150,00	4	600,00

		Marín			
4	Sombrero	De horma negro	70,00	4	280,00
TOTAL 4 CARDADORES DE LAS RAMAS DE GALLOS Y CUYES					<b>1300,00</b>

Personaje: 4 flauteros

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Muro changa	Liencillo, blanco	15,00	4	60,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	4	360,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	4	600,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	4	280,00
5	Flauta traversa grande	Carrizo o bambú	25,00	4	100,00
6	Campanillas	Cuero, 3 campanas	800,00	4	3200,00
TOTAL 4 FLAUTEROS					<b>4600,00</b>

Personaje: Un Taita Servicio con bebida

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Muro changa	Liencillo, blanco	15,00	1	15,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	1	90,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	1	150,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	1	70,00
5	Pilche (utensilio)	Mate cascará de fruto	12,00	1	12,00
TOTAL DEL TAITA SERVICIO CON BEBIDA					<b>337,00</b>

Personaje: Cuetero (pirotecnia)

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Muro changa	Liencillo, blanco	15,00	1	15,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	1	90,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	1	150,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	1	70,00
5	volatería	Papel, cabuya, carrizo	30,00	1	30,00
TOTAL DEL CUETERO (PIROTECNIA)					<b>355,00</b>

Personaje: 2 haya humas

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Muro changa	Liencillo, blanco	15,00	2	30,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	2	180,00
3	Haya huma (careta)	Tela lienzo de colores	15,00	2	30,00
4	Acial	Cuero de vaca	30,00	2	60,00
TOTAL DE 2 HAYA HUMAS					<b>300,00</b>

Personaje: policia

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Terno	casimir	54,00	1	54,00
2	camisa	De terno	15,00	1	15,00
3	Gorra	De uniforme	20,00	1	20,00
<b>TOTAL DE POLICÍA</b>					<b>89,00</b>

Personaje: militar

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIALES	P. UNI	CANT	TOTAL
1	Terno camuflase	Tela de camuflas	50,00	1	50,00
2	Camiseta	Tela de camuflas	15,00	1	15,00
3	Gorra	Tela de camuflas	15,00	1	15,00
4	suspender	lona	30,00	1	30,00
5	Cantimplora	plástica	20,00	1	20,00
6	Porta cantimplora	lona	30,00	1	30,00
<b>TOTAL DE MILITAR</b>					<b>160,00</b>

Personaje: 2 Acompañantes hombres

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Muru Changa	Liencillo, blanco	15,00	2	30,00
2	Camisa manga larga bordada	Liencillo bordado, blanco	90,00	2	180,00
3	Poncho	Lana de borrego azul Marín	150,00	2	300,00
4	Sombrero	De horma negro	70,00	2	140,00
<b>TOTAL 2 ACOMPAÑANTES HOMBRES</b>					<b>650,00</b>

Personaje: 2 Acompañantes mujeres

NRO.	PRENDA/ARTÍCULO	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Camisa	Lienzo de color manteca	200,00	2	400,00
2	Anaco bordado	Lana de borrego de color blanco	78,00	2	156,00
3	Anaco bordado	Lana de borrego de color negro	95,00	2	190,00
4	Fachalinas	Lana de borrego, blanca o negra	46,00	2	92,00
5	Fachalina (para cargar)	Lana de borrego, blanca o negra	46,00	2	92,00
6	Gualcas (para cuello)	Coralina	500,00	2	1000,00
7	Manilla	Mullos, cuentas	50,00	2pares	100,00
8	Vasija (pondo pequeño)	Barro cocinado	10	2	20,00
9	Faja grande (mama chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	2	40,00
10	Faja pequeña (guagua chumbi)	Lana de borrego de colores	20,00	2	40,00

11	Cinta para el pelo	Lana de borrego de colores	10,00	2	20,00
TOTAL 2 ACOMPAÑANTES MUJERES					<b>2150,00</b>

Los precios detallados en esta proforma son costos actuales de los atuendos de épocas antiguas de la fiesta de la Rama de Gallos, que se recuperara o se pretende recuperar de las personas particulares de la comunidad, ya que se está perdiendo o destruyendo, para rescatar este patrimonio de la parroquia nos da un total de **15802,00 USD**, (cuarenta y dos mil sesenta y cuatro dólares americanos), si no se logra adquirir la original se ofertará una réplica con las mismas características sujetas a ser examinadas y evaluadas antes de la adquisición.

**NOTA:** la presente proforma entra en vigencia a partir de la fecha de emisión, susceptible de revisión de costos, de acuerdo al porcentaje inflacionario del país, a la fecha de ejecutar el proyecto.



Juan Anguaya Cachimuel

ARTESANO RESPONSABLE

## Anexo 46.- Taxidermia de gallos y cuyes

### PROFORMA DE ATUENDOS, VESTIMENTA Y ACCESORIOS PARA LOS PERSONAJES DE LAS FIESTAS TRADICIONALES DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA

ARTESANO/ARTISTA: Fabián Puzdá  
DIRECCIÓN: Parroquia de Quiroga vía a Cotacachi frente al parque el Coco  
TELÉFONOS: S/N  
CELULAR: 088871030  
FECHA DE EMISIÓN: 04 de enero del 2012  
FECHA DE CADUCIDAD: 04 de marzo del 2012  
SOLICITANTE: Waldo Germánico Gualsaquí Mesa  
RAZÓN DE LA SOLICITUD: Cotización para realizar proyecto cultural en la parroquia

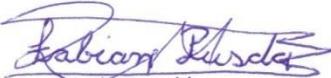
#### LA RAMA DE GALLOS, RAMA DE CUYES

La técnica denominada taxonomía o embalsar se realiza en mi taller de talarbartelería dedicada a tratar cueros, y mantener la apariencia de aves y animales con el tratamiento especial

NRO.	ANIMAL/AVE	MATERIAL	P. UN	CANT	TOTAL
1	Gallos o gallinas	Ave completa, formol, material para embalsamar	50,00	12	600,00
2	Cuyes	Cuy completo, formol y material para embalsamar	40,00	12	480,00
TOTAL DE LAS 2 RAMAS DE CUYES Y GALLOS					<b>1080,00</b>

Los precios detallados en esta proforma son costos actuales de los cuyes y gallos embalsamados o aplicados con la técnica de la "Taxidermia" dándonos un total de **1080,00 USD** (mil ochenta dólares americanos), y la entrega del producto se lo realizará a los 3 meses del anticipo del 50% del total a ser adquirida.

**NOTA:** la presente proforma entra en vigencia a partir de la fecha de emisión, susceptible de revisión de costos, de acuerdo al porcentaje inflacionario del país, a la fecha de ejecutar el proyecto.

  
Fabián Puzdá

ARTESANO RESPONSABLE

Anexo 47.- Cotización de equipos de cómputo



CLIENTE: Sr. Waldo Gualsaquí  
DIRECCION: Otavalo

20 de marzo de 2012

CANT	DESCRIPCIÓN	VAL. UNIT.	V. TOTAL
10	<b>Computador Dual Core 2,9 Ghz</b>	534,80	5348,00
	Procesador Intel Dual Core 2,9 Ghz		0,00
	Disco duro 500 GB		0,00
	Memoria Ram 2 Gb		0,00
	Monitor LG/Samsung LCD de 18,5"		0,00
	Grabador de DVD		0,00
	Teclado-mouse-parlantes-camara web		0,00
	Regulador de voltaje		0,00
	Mesa de computador 3 niveles		0,00
	Silla giratoria tipo secretaria		0,00
1	<b>Impresora Multifuncion HP 2050: impr-copia-escanea</b>		0,00
1	<b>Impresora Multifuncion HP 2050: impr-copia-escanea</b>	59,00	59,00
1	<b>Proyector EPSON PRESENTER L 2000 lúmenes incluye DVD y parlantes</b>	958,00	958,00
1	<b>Parlante 5 en 1 cine en casa / GENIUS SW-5.1HF 5050</b>	123,50	123,50
		SUBTOTAL	6488,50
		iva 12 %	778,62
		TOTAL	7267,12

Proforma Válida por 7 días, precio de contado

Forma de entrega: 48 horas

Cualquier inquietud estaremos gustosos de atenderle,

Atentamente,

Ing. Mayra Oña  
Grunetwork Cia. Ltda.

Anexo 48.- Cotización equipo de aseo

<i>Comercial Lem</i>			
BAZAR, REGALOS Y ARTICULOS PARA EL HOGAR			
RUC 1002030938001			
PROFORMA DE VENTA			
CLIENTE:	Waldo Germanico Gualsaqui Mesa	FECHA:	19/03/2012
RUC - CI: :1002276689			
DIRECCION:	San Rafael Comunidad de Mushuk Ñan	TELEFONO:	099 264 060
CANTID	DESCRIPCION	V.UNITARIO	SUBTOTAL
4	Escoba Plastica (T R)	2,00	8,00
4	Balde Trapeador vaniplast	6,00	24,00
32	Tacho de basura Step On	6,25	200,00
4	Pala de Metal	3,00	12,00
4	Cepillo de Baño Limpex	2,25	9,00
4	Trapeador Redondo	2,00	8,00
4	Capuchon-destapador de baño	1,50	6,00
3	Par de guantes	1,40	4,20
3	Delantal Industrial 68x100 protecciona	3,25	9,75
4	Limpion de Cocina	1,00	4,00
4	Atomizador Piramide 500ml	1,25	5,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
			0,00
OBSERVACIONES: Precios convenidos sin cambio de precio, máximo hasta 30 de abril de 2012.		SUBTOTAL	258,88
		IVA 12%	31,07
		TOTAL	289,95
 LA ADMINISTRACION		 EL CLIENTE	
<p><i>Lem</i> BAZAR Y REGALOS                  RUC: 1002030938001                  García Morena 669 y Modesto Jaramillo                  Telfs: 092 483785 / 2927748 OTAVALO</p>			

Anexo 49.- Cotización Equipo de mantenimiento

**FERRETERIA**  
**ferrero - Repuesto**  
 Bombón Morejón Leonardo Heriberto  
**NOTA DE VENTA**  
**0004505**

*El surtido más completo*  
 Repuestos para licuadora, cocinas, industriales,  
 Ollas de presión y molinos, Sistemas de balanzas,  
 Herramientas y mucho más.  
 RUC: 0501856629001  
 Dirección: Juan Montalvo 4-37 y Bolívar  
 (Diagonal al BNF)  
 Telf: 2 921-233. Otavalo - Ecuador

Cliente: Waldo Cabaquero M. Dir. San Rafael.  
 Fecha: 24/03/2012 Telf: 099264060 RUC/C.I.: 100227668-0

CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	TOTAL
	PROFORMA.	5.85	17.55.
3	Martillo, Stanley 160.		—
3	Aparadores, planos	1.20	3.60
3	" Estrella	1.20	3.60
3	Acicates - 2 Curvados.	3.50	10.50
3	Brocha #5.	6.45	19.35
3	Tijeras de Tela. 8 Tra.	3.90	11.70
3	" de Cartón Serras.	1.50	4.50.
1	Juego de llaves Stanley, 912		25.35.
3	Juegos de pinzas,	8.40	25.20
	x 3. Plano Poderle		
	Coste.		
Total \$			<b>121.35</b>

.....  
 Entregué conforme

.....  
 Recibí conforme

Anexo 50.- Costo referencial apoyado en el GADMCO



REPUBLICA DEL ECUADOR  
**GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO**

**PRESUPUESTO REFERENCIAL**

**CENTRO CULTURAL "MUSEO DEL CORAZA" UBICADO EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA DEL CANTÓN OTAVALO**

FECHA: FEBRERO DEL 2012

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
1	Replanteo y nivelacion	m2	384.82	0.32	123.14
2	Excavación de plintos y cimientos	m3	150.00	3.95	592.50
3	Replanteo H.S. f'c=90 [Kg/cm2]	m3	9.60	77.09	740.06
4	Relleno compactado	m2	85.00	4.20	357.00
5	H.S. en plintos, columnetas, cadenas f'c=210 [kg/cm2]	m3	38.40	124.79	4,791.94
6	Cimientos de hormigón ciclopeo f'c= 180 kg/cm2	m3	31.18	94.74	2,953.99
7	H.S. en vigas f'c=210[kg/cm2]	m3	7.08	124.79	883.51
8	H.A. en losas de entrepiso y cubierta f'c=210[kg/cm2]	m2	146.77	35.00	5,136.95
9	H.S. en cadenas f'c= 210 kg/cm2	m3	7.79	124.79	972.11
10	H.A. en gradas f'c=210 kg/cm2	m2	9.83	35.00	344.05
11	Contrapiso (empedrado + H.S. f'c=180 [kg/cm2]	m2	367.54	3.40	1,249.64
12	Masillado mortero 1: 3 ; e = 2 [cm]; planta baja y planta alta	m2	367.54	4.17	1,532.64
13	Mampostería de bloque e=15 [cm]	m2	586.13	9.03	5,292.75
14	Enlucido paleteado grueso exterior e interior ( fachadas y	m2	1,172.26	4.43	5,193.11
15	Enlucido de fajas	m	150.00	5.18	777.00
16	Cubierta de madera, teja vidriada y membrana aluminio	m2	465.00	65.00	30,225.00
17	Cerámica 0.25 x 0.33 paredes ; h=1.80 [m]	m2	68.00	13.99	951.32
18	Porcelanato en pisos de 50 x 50 cm	m2	336.52	14.63	4,923.29
19	Barrederas de porcelanato , e= 8 cm	ml	84.00	3.15	264.60
20	Puertas de madera 0.90 x 2.10 m incluye cerradura	u	10.00	154.00	1,540.00
21	Puertas de madera 0.70 x 2.10 m baños incluye cerradura	u	8.00	125.00	1,000.00
22	Puerta de madera principal	m2	6.75	65.00	438.75
23	Ventanas de madera	m2	66.50	64.00	4,256.00
24	Vidrios claros 4 mm	m2	66.50	13.10	871.15
25	Acero de refuerzo corrugado f'y=4200 kg/cm2	kg	45,250.00	1.62	73,305.00
26	Encofrados rectos-madera comun	m2	165.00	6.07	1,001.55
27	Encofrado de losas	m2	156.00	3.05	475.80
28	Sumideros PVC de 2"	pto	4.00	6.20	24.80
29	Tubería PVC de 3"	ml	25.00	3.06	76.50
30	Tubería PVC de 4"	ml	45.00	4.26	191.70
31	Tubería de cemento de 150 mm	ml	35.00	4.27	149.45
32	Caja de revision 0.60 x 0.60	u	4.00	41.35	165.40
33	Sanitario cacique	u	6.00	78.87	473.22
34	Lavabo amapola pequeño	u	5.00	37.12	185.60
35	Urinario personal	u	3.00	85.00	255.00
36	Agua potable, empotrado	pto	14.00	14.13	197.82
37	Instalaciones sanitarias de 2" 3" y 4"	pto	19.00	14.01	266.19



REPUBLICA DEL ECUADOR

**GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO**

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
38	Tuberia H.G. Ø=1/2"	ml	32.00	2.40	76.80
39	Canales de tol para agua lluvia	ml	102.00	15.04	1,534.08
40	Bajantes de agua lluvia PVC 4"	ml	24.00	4.26	102.24
41	Electricos -iluminación-	pto	25.00	16.38	409.50
42	Electricos -tomacorriente-	pto	36.00	13.46	484.56
43	Lamparas fluorescentes dobles de 2 x 40 W	u	12.00	12.00	144.00
44	Tablero control 4 pts.	u	1.00	15.00	15.00
45	Acometida electrica	u	1.00	1.01	1.01
46	Pintura de caucho exteriores e interiores	m2	590.00	3.51	2,070.90
47	Acera perimetral escobeadada, a = 0.70 m	m2	83.00	12.04	999.32
48	Limpieza y desalojo de escombros	m3	25.00	5.66	141.50
<b>TOTAL=</b>					<b>158,157.45</b>

SON: CIENTO CINCUENTA Y OCHO MIL CIENTOS CINCUENTA Y SIETE DÓLARES, 45/100

ELABORADO POR:

GUILLERMO JURADO Q.  
TECNICO OBRAS PUBLICAS

APROBADO POR:

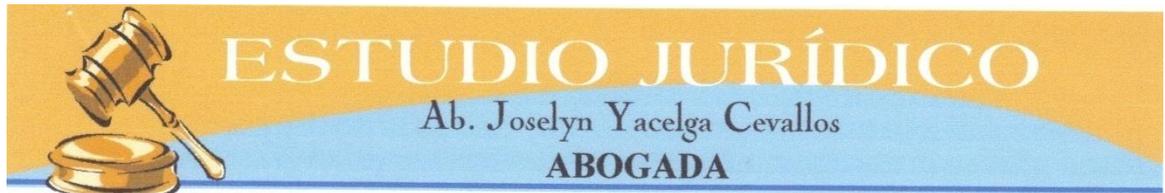
ING. FREDY JARAMILLO M.  
DIRECTOR DE OBRAS PUBLICAS







Anexo 54.- Cotización de servicios profesionales de la Constitución de la  
 Empresa de ECONOMÍA MIXTA



CONSTITUCION DE CAPITALES ESTADO Y PRIVADO

PROFORMA PRESUPUESTARIA.

1. MINISTERIO DE CULTURA
2. MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO
3. GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA DE IMBABURA
4. GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON OTAVALO.
5. GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA
6. CENTRO PARROQUIAL "COMITÉ DE DESARROLLO"
7. COMUNIDAD DE SAN MIGUEL ALTO
8. COMUNIDAD DE PILCHIBUELA DE TOCAGON.

APORTES INSTITUCIONES DEL ESTADO.- CAPITAL SOCIAL EN APORTES EN DINERO EN EFECTIVO..... 800.000,00 usd.

APORTES COMUNIDADES.- BIENES INMUEBLES Y PATRIMONIALES CULTURALES E HISTORICOS..... 400.000,00 usd.

GASTOS GENERALES

CONSTITUCION COMPAÑÍA..... 2.000,00 usd

GASTOS NOTARIALES CONSTITUCION COMPAÑÍA..... 5.000,00 usd

GASTOS TRASLADOS APROBACION COMPAÑÍA..... 2.000,00 usd.

HONORARIOS PROFESIONALES..... 3.000,00 usd.

AVALUO NOTARIO BIENES INMUEBLES..... 3.000,00 usd.

LEVANTAMIENTOS PLANIMETRICOS..... 10.000,00 usd.

TOTAL VALORES..... 25.000,00 usd.

*(Handwritten signature)*  
 Atentamente  
 Abg. Paola Yacelga.  
 Mat. 603 C. & T.

Cel.:092994435

Otavaló - Ecuador

Ofic.:062-923-273

Anexo 55 a).- Actas compromisos de la comunidad de Pilchibuela de Tocagón terreno y minga para el Museo del Inti Raymi.

## ACTA COMPROMISO

En la comunidad de “Pilchibuela de Tocagón” de la parroquia de San Rafael de la Laguna a los veinte y un días del mes de noviembre del 2011, siendo las 19:30 (siete de la noche), celebran la presente acta compromiso; por una parte el Señor Waldo Germánico Gualsaquí Mesa, con cédula de ciudadanía 100227668-9, quien se encuentra desarrollando el trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”; para la obtención del título de Ingeniero en Administración Pública de Gobiernos Seccionales de la Universidad Técnica del Norte, en segundo lugar se encuentra la comunidad de “Pilchibuela de Tocagón” con personería jurídica del 17 de diciembre de 1948- acuerdo ministerial Nro. 208 de San Rafael- Otavalo- Ecuador, representada legalmente por el señor Jacinto Tocagón Antamba con cédula de ciudadanía 100060240-7 quien funge como presidente de la comunidad en la fecha de celebrar la presente; los antes mencionados acuerdan este compromiso al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERO.- Por una parte el señor Waldo Gualsaquí M, se compromete desarrollar los estudios correspondientes a la factibilidad del proyecto.

SEGUNDO.- El proyectista se compromete en entregar una copia del estudio con documentación completa una vez que este se haya terminado.

TERCERO.- La comunidad se compromete en dotar de un espacio de terreno de 23,15m de largo, y de ancho con 17 m, el mismo que será destinado exclusivamente para la construcción del museo, denominado Tercera etapa en el estudio (Exposición de monumentos referentes en la fiesta del inti Raymi (San Juan o La Rama).

CUARTO.- La comunidad se compromete en aportar con la mano de obra no calificada (mingas) como aporte adicional en la construcción del centro cultural en la tercera etapa.

QUINTO.- El proyectista se compromete en terminar el proyecto de acuerdo a la planificación, de no darse el caso él comunicará a la comunidad los motivos de la prolongación de la fecha.

SEXTO.- La comunidad se compromete en admitir la prolongación con los justificativos del caso.

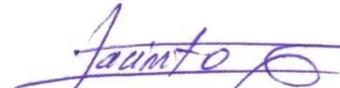
SEPTIMO.- Los antes mencionados por decisión voluntaria se comprometen en respetar la presente acta, ya que será para el desarrollo social de la parroquia sin intenciones de lucro personal.

Para dar fe y constancia de la presente acta compromiso firman por duplicado la dos partes en presencia de testigos de la comunidad:



Sr. Waldo Germánico Gualsaquí Mesa

PROYECTISTA



Sr. Jacinto Tocagón Antamba

PRESIDENTE DE TOCAGÓN

TESTIGOS:



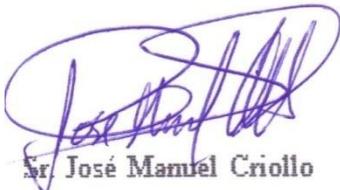
Sr. José Manuel Peña A.

100168228-3



Sr. Nicolás Tocagón

100168294-5



Sr. José Manuel Criollo

100148959-8



Sr. José Peña

100154618-1



Sr. Juan Aguilar

100096803-0

Anexo 55 b).- Actas compromisos de la comunidad de San Miguel Alto terreno y minga para el Museo de los Pendoneros.

## ACTA COMPROMISO

En la comunidad de “San Miguel Alto” de la parroquia de San Rafael de la Laguna a los veinte y ocho días del mes de noviembre del 2011, siendo las 19:30 (siete y media de la noche), celebran la presente acta compromiso; por una parte el Señor Waldo Germánico Gualsaquí Mesa, con cédula de ciudadanía 100227668-9, quien se encuentra desarrollando el trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”; para la obtención del título de Ingeniero en Administración Pública de Gobiernos Seccionales de la Universidad Técnica del Norte, en segundo lugar se encuentra la comunidad de “San Miguel Alto” con personería jurídica del 22 de febrero de 1994 Nro. DGAJ-DTJLOC-94-128, de San Rafael- Otavalo- Ecuador, representada legalmente por el señor Ventura Izama Cachimuel con cédula de ciudadanía 100196894-8 quien funge como presidente de la comunidad en la fecha de celebrar la presente; los antes mencionados acuerdan este compromiso al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERO.- Por una parte el señor Waldo Gualsaquí M, se compromete desarrollar los estudios correspondientes a la factibilidad del proyecto.

SEGUNDO.- El proyectista se compromete en entregar una copia del estudio con documentación completa una vez que este se haya terminado.

TERCERO.- La comunidad se compromete en dotar de un espacio de terreno de 25m de largo, y de ancho con 18 m, el mismo que será destinado exclusivamente para la construcción del museo, denominado Segunda etapa en el estudio (Exposición de monumentos referentes a la fiesta de los Pendoneros).

CUARTO.- La comunidad se compromete en aportar con la mano de obra no calificada (mingas) como aporte adicional en la construcción del centro cultural en la segunda etapa.

QUINTO.- El proyectista se compromete en terminar el proyecto de acuerdo a la planificación, de no darse el caso él comunicará a la comunidad los motivos de la prolongación de la fecha.

SEXTO.- La comunidad se compromete en admitir la prolongación con los justificativos del caso.

SEPTIMO.- Los antes mencionados por decisión voluntaria se comprometen en respetar la presente acta, ya que será para el desarrollo social de la parroquia sin intenciones de lucro personal.

Para dar fe y constancia de la presente acta compromiso firman por duplicado las dos partes en presencia de testigos de la comunidad:

Sr. Waldo Germánico Gualsaquí Mesa

PROYECTISTA

Sr. Ventura Isama Cachimuel

PRESIDENTE DE SAN MIGUEL ALTO

TESTIGOS

Sra. Luzmaría Vásquez Isama

100167348-0

Sra. Dolores Anguaya Isama

100214550-4

Sr. Antonio Isama Chalán

100246951-6



Sr. Manuel Isama Jetacama

100185053-3

Anexo 55 c).- Actas compromisos del Gobierno Parroquial para dotar terreno al Museo del Coraza. (Firmas de respaldo en sesiones de propuesta)



**GOBIERNO PARROQUIAL  
DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA**  
RUC: 1060019600001  
**OTAVALO-IMBABURA**

San Rafael de la Laguna a, 14 de diciembre del 2011  
C.J.P.S.L 0221

LICENCIADA SUSANA OYAGATA PRESIDENTA DE LA JUNTA PARROQUIAL DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA

**CERTIFICO:**

QUE: por resolución unánime del consejo directivo del Gobierno Parroquial de San Rafael de la Laguna, en sesión ordinaria del día miércoles 14 de diciembre del 2011, resuelve en dotar un espacio de terreno de 26 metros de largo por 18 metros de ancho, para el próximo año, mismo que será destinado para la construcción del Museo del Coraza, denominado; Primera Etapa, en el "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, CANTON OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA", de propiedad intelectual del señor Waldo Germánico Gualsaquí Mesa con C.C. 100227668-9, para la obtención del título de Ingeniero en Administración Pública de Gobiernos Seccionales de la Universidad Técnica del Norte.

Atentamente,

Lic. Susana Oyagata  
PRESIDENTA DEL G.P.S.R.L.

**San Rafael de la Laguna, Productivo, solidario y Cultural**  
Dirección: Calle Bolívar e Imbakucha  
Telefax. 062918508

REGISTRO DE ASISTENTES  
 REUNIÓN 14/06/2010

NOMBRES	INSTITUCIÓN COMUNIDAD	Firma
Martha Gonzá	TOTORA SIST	
JESUS RAMOS	TOTORA SISA	
Mario Luisa Tocagón	S.P.S.L.	
Marco Cuvellos	Comunidad J. Paraguarí	
Miguel Tocagón	Presidente UNCISA	
Jose Mario Potosí	Presidente Cachuro	
MATIAS ISAMA	Visi Presente Capilla Pimba	
Jacinto Tocagón	Tocagón	
Diana Tocagón	Secretaría de Huaycopungo	
Jose Peato	J.P.S.L. UOFF	
Manoel Iramé	San Miguel Alto P.d.a.L.	
Yon Izamir V	San Miguel Bajo	
Carmita Oño	Centro parroquial.	
Josefina Chalán	Vicepresidenta El Esquimal	
Alberto Cochimvel	El Esquimal	
Alberto Jetalana	San Miguel Bajo	
Jairo Jimeno		

NOMBRE	INSTITUCION O COMUNIDAD	FIRMA
Seyomb Fuentes	Municipio de Acahuite.	
Luz Maria Tuonts M	Ministerio de Agricultura MAGAP	
Ramon Cachinvel	Junta Parroquial (Vocal)	
Maria M. Mallos Cariza	Mushuk Nuan	
Jose M. Cachinvel	Mushuk Nuan	
Luz Fredy Sanchez	San Rafael	
Pecho H. Injoo	4 Esquina	
Jose Chalón	A Esquinas	
Janira Guimero	Proy de Desarrollo Territorial	
Luzvenia Masson.	Plan de Ordenamiento territorial	
Susana Dyagata	Gobierno Parroquial de San Rafael	
Cariza T. Sebastian	Cabildo Parroquial de San Rafael	



Anexo 55 d).- Actas compromisos del Centro Parroquial para aportar la mano de obra para el Museo del Coraza.

## ACTA DE COMPROMISO

En el centro urbano, de la Parroquia de San Rafael de la Laguna a los siete días del mes de enero del año dos mil doce, siendo las diecinueve horas, comparecen por una parte el Señor Waldo Germánico Gualsaquí Mesa (proyectista), con cédula de ciudadanía 100227668-9, quien se encuentra desarrollando el trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”; previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración Pública de Gobiernos Seccionales de la Universidad Técnica del Norte; y por otra parte, El Comité de Desarrollo de la Parroquia de San Rafael de la Laguna en representación del centro urbano de la misma, organización de hecho en proceso de legalización jurídica y representada por el Licenciado Jaime Ramiro Sánchez Oña con cédula de ciudadanía 100197185-0; los comparecientes de manera libre y voluntaria celebran la presente acta de compromiso al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERO.- Por una parte el señor Waldo Gualsaquí M. “proyectista”, se compromete desarrollar los estudios correspondientes a la factibilidad del proyecto “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”;

SEGUNDO.- El proyectista se compromete en entregar una copia del estudio, y los documentos habilitantes correspondientes una vez concluido los mismos al Comité de Desarrollo en mención.

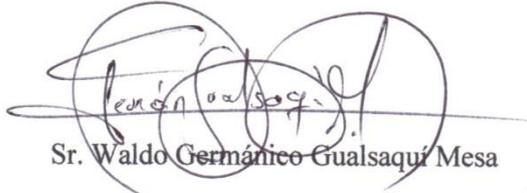
TERCERO.- El Centro Parroquial (los moradores en general) se comprometen en aportar con la mano de obra no calificada (mingas) para la ejecución del proyecto correspondiente a la primera etapa “Museo del Coraza”.

CUARTO.- El Centro Parroquial a través de los representantes del Comité de Desarrollo se compromete a realizar las gestiones tendientes a legalizar su personería jurídica.

QUINTO.- Las partes acuerdan que una vez que el Comité de Desarrollo cuente con personería Jurídica forme parte en la ejecución y participe como miembro activo del proyecto del Centro Cultural.

SESTO.- Los antes mencionados por decisión voluntaria se comprometen en respetar el presente instrumento, ya que será de vital importancia para el desarrollo social de la parroquia, ya que el mismo no tendrá fines de lucro.

Para dar fe y constancia de la presente acta de compromiso firman por duplicado los comparecientes.



Sr. Waldo Germánico Gualsaquí Mesa

PROYECTISTA



Lic. Ramiro Sánchez Oña

PRESIDENTE DEL COMITÉ  
DE DESARROLLO

TESTIGOS



Lic. Susana Oyagata

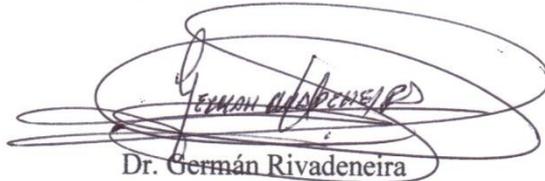


PRESIDENTA GADSL



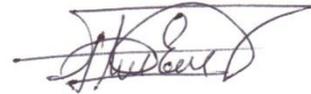
Sr. José Criollo

TENIENTE POLÍTICO



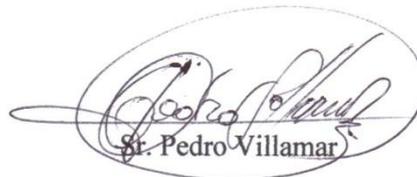
Dr. Germán Rivadeneira

171025460-6



Sra. Elizabeth Herrera

100241206-0



Sr. Pedro Villamar

170412320-5

Anexo 55 e).- Actas compromisos del Colegio José Pedro Maldonado Duque para apoyar al Centro Cultural en general.

## ACTA COMPROMISO

En la comunidad de Pilchibuela de Tocagòn, de la parroquia de San Rafael de la Laguna a los Quince días del mes de diciembre del 2011, siendo las 10:10 de la mañana comparecen por una parte el Señor Waldo Germánico Gualsaquí Mesa, con cédula de ciudadanía 100227668-9, quien se encuentra desarrollando el trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”; para la obtención del título de Ingeniero en Administración Pública de Gobiernos Seccionales de la Universidad Técnica del Norte; y por otra parte, El Colegio Técnico Intercultural Bilingüe “José Pedro Maldonado Duque”, asentada en la parroquia de San Rafael, con Acuerdo Ministerial No. 1820 del 14 de noviembre de 1991, representada legalmente a la presente fecha por la Licenciada Aurora Margot Cifuentes Cárdenas, con cédula de ciudadanía 100157795-4; los antes mencionados celebran la presente acta al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERO.- Por una parte el señor Waldo Gualsaquí M, se compromete desarrollar los estudios correspondientes a la factibilidad del proyecto.

SEGUNDO.- El proyectista se compromete en entregar una copia del estudio con documentación completa una vez que este se haya terminado.

TERCERO.- El colegio se compromete en participar directamente en la socialización, concientización y difusión del proyecto en el contexto socioeducativo en la parte inicial de la ejecución del proyecto.

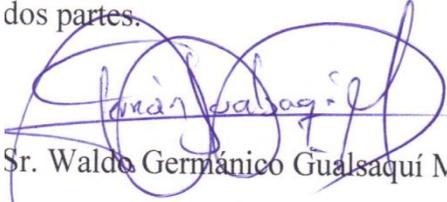
CUARTO.- El colegio tendrá la facilidad que sus estudiantes de Tercero de Bachillerato de “Comercio y Administración Especialidad Turismo” realicen sus prácticas académicas cuando el proyecto se haya ejecutado.

QUINTO.- El Colegio se compromete en realizar una vigilancia de calidad en gastronomía que se comercialice a los alrededores de los museos, por parte de la comunidad organizada y permitida por en el proyecto.

SEXTO.- El colegio se compromete coordinar actividades tanto en la ejecución del proyecto como en el funcionamiento del mismo con la parte administrativa

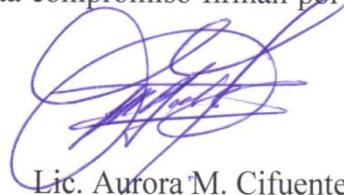
SEPTIMO.- Los antes mencionados por decisión voluntaria se comprometen en respetar la presente acta, ya que será para el desarrollo social de la parroquia sin intenciones de lucro personal.

Para dar fe y constancia de la presente acta compromiso firman por duplicado la dos partes.



Sr. Waldo Germánico Gualsaquí Mesa

PROYECTISTA



Lic. Aurora M. Cifuentes Cárdenas

RECTORA DEL COLEGIO "JPMD"



Anexo 55 f).- Autorización del Sr. Alcalde para apoyar al Proyecto el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Otavalo al Centro Cultural en general.

San Rafael de la Laguna a 13 de diciembre del 2011

Sociólogo

Mario Conejo Maldonado

ALCALDE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DECENTRALIZADO DEL CANTON OTAVALO

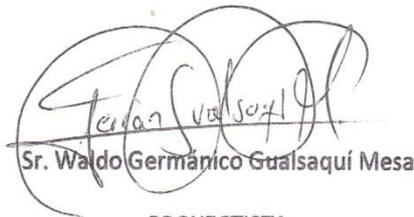
Presente

De mis consideraciones:

El motivo de la presente es con la finalidad de solicitarle, se me autorice el APOYO TÉCNICO de la Dirección de Planificación en el desarrollo de mi proyecto de Tesis de Grado denominado, "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO CULTURAL EN LA PARROQUIA DE SAN RAFAEL DE LA LAGUNA, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA" en el Tema infraestructura arquitectónica del proyecto, ya que este será de gran aporte social a la parroquia y al cantón en general.

Conocedor de su alto espíritu de colaboración y aporte a la comunidad, anticipo mis sinceros agradecimientos

Atentamente

  
Sr. Waldo Germánico Gualsaquí Mesa  
PROYECTISTA

14859

16/12/11  
Autorización  
planificación apoyo y  
valorar, combinar y  
desarrollar el  
plano de desarrollo  
de estudio.