

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UN CENTRO INTERPRETATIVO CULTURAL PARA EL  
APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LA PRODUCCIÓN  
TRADICIONAL DE TEXTILES ELABORADOS A PARTIR DE LA  
LANA DE OVEJA EN LA COMUNIDAD DE PICHIG,  
PARROQUIA SAN LUCAS, CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE  
LOJA**

**RESPONSABLE**

**TERESA DE JESÚS QUIZHPE GUAMÁN**

**TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**ING. PATRICIO LOZANO**

**DIRECTOR**

**DR. PATRICIO NOBOA**

**MIEMBRO**

**RIOBAMBA – ECUADOR  
2015**

## HOJA DE CERTIFICACIÓN

El tribunal de tesis CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO INTERPRETATIVO CULTURAL PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LA PRODUCCIÓN TRADICIONAL DE TEXTILES ELABORADOS A PARTIR DE LA LANA DE OVEJA EN LA COMUNIDAD DE PICHIG, PARROQUIA SAN LUCAS, CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA” de responsabilidad de la egresada Teresa de Jesús Quizhpe Guamán, ha sido prolijamente revisado quedando autorizada su presentación.

### TRIBUNAL DE TESIS

**LUGAR:** Facultad de Recursos Naturales, ESPOCH.

---

Ing. Patricio Lozano

**DIRECTOR DE TESIS**

---

FECHA

---

Dr. Patricio Noboa

**MIEMBRO DE TESIS**

---

FECHA

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Riobamba, Enero del 2015

## DEDICATORIA

*Esta labor emprendida con tanto amor y entrega, está dedicada a nuestra memoria ancestral, inspirada en la historia contada por nuestros mayores, realidades preciosas de la vida de entonces que hechas imágenes, sonidos y colores en el corazón y la mente, anhelan e invocan la presencia sublime de aquellos seres humanos maravillosos, que a mi parecer no han cesado y siguen existiendo paralelo al nuestro en aquellos espacios invisibles para el ser humano que no quiere ver.*

*A la vez está dedicado a todos los seres humanos que en la actualidad están pensando, buscando y llevando a la praxis de sus vidas, los sabios conocimientos y prácticas ancestrales de diversas maneras.*

*Con gran Amor dedico esta labor a ULDARIPHIL, ya que con su verbo y su presencia, ha sido mi inspiración para la constancia, entrega, entendimiento, valoración y disfrute de la conexión con este arte y filosofía de vida guardada en la elaboración y utilización de los trajes de lana; esa nuestra otra piel, que nos protege, nos abriga y nos hace libres de cuerpo, alma y espíritu.*

*Segura emprendí este camino y segura continúo, sabiendo que esta iniciativa hecha realidad, engrandecerá la existencia de mi pueblo, y ¡esa es mi razón de vivir!*

*“Si volvemos a vestir con prendas naturales, no es por moda, por vanidad o comercio, lo hacemos por salud”*

## AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a mis abuelitos, padres, hermanos y hermanas de sangre y espíritu, por el apoyo e inspiración que han significado para mí, ya que gracias a su existencia he tenido la seguridad y fortaleza en mi corazón para continuar caminando sonriente en la vida.

Mi gratitud y reverencia a mis hermanos: Ángel, Pato, Yolanda, Lucy, Rosa, Luis Antonio, Alexandra y Matilde, ya que su presencia ha sido y son en todo tiempo mi fuente de inspiración y fortaleza; puedo decir que a donde mi corazón se incline y mis pies vayan, están conmigo en mis planes y mis sueños.

Agradezco también a la familia de la Señora Angelita Saca, su esposo y sus hijas; a la familia de la señora Rosa Medina; a todos ustedes por haberme abierto su corazón y dedicado su tiempo para compartirnos generosamente sus conocimientos. A todos los pobladores de la comunidad de Pichig, porque se han constituido parte de un gran sueño y anhelo de la vida.

Gratitud a los seres humanos grandiosos que he tenido la bondad de conocer en esta existencia, quienes más que compartir sus conocimientos, nos han dado cariño, fuerza y han generado inspiración en mi vida: mis mayores deseos de amor, vida y salud a Patricia Tierra, Patricio Lozano, Patricio Noboa, Andrea Guadalupe, Eduardo Muñoz; debo decirles que me llevo conmigo el son de su voz y su imagen luminosa; hoy quiero brindarles mi profunda gratitud, deseándoles ¡bendiciones para siempre..!

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO INTERPRETATIVO CULTURAL PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LA PRODUCCIÓN TRADICIONAL DE TEXTILES ELABORADOS A PARTIR DE LA LANA DE OVEJA EN LA COMUNIDAD DE PICHIG, PARROQUIA SAN LUCAS, CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA .....</b>	<b>1</b>
<b>II. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>B. OBJETIVOS.....</b>	<b>5</b>
<b>C. HIPÓTESIS .....</b>	<b>5</b>
<b>III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>6</b>
<b>A. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....</b>	<b>6</b>
<b>B. CENTRO INTERPRETATIVO O DE INTERPRETACIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>C. TURISMO CULTURAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE .....</b>	<b>13</b>
<b>D. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL INTERPRETATIVO .....</b>	<b>14</b>
<b>E. VIABILIDAD COMERCIAL .....</b>	<b>14</b>
<b>F. VIABILIDAD TÉCNICA .....</b>	<b>16</b>
<b>G. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA Y LEGAL .....</b>	<b>17</b>
<b>H. VIABILIDAD SOCIOCULTURAL .....</b>	<b>23</b>
<b>I. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA .....</b>	<b>23</b>
<b>IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>25</b>
<b>A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR .....</b>	<b>25</b>
<b>B. MATERIALES Y EQUIPOS .....</b>	<b>28</b>
<b>C. METODOLOGÍA .....</b>	<b>28</b>
<b>V. RESULTADOS.....</b>	<b>45</b>
<b>A. POTENCIAL INTERPRETATIVO DE LAS PRÁCTICAS TRADICIONALES PARA ELABORACIÓN DE TEXTIL .....</b>	<b>45</b>
<b>B. VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO .....</b>	<b>119</b>
<b>C. VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO .....</b>	<b>135</b>
<b>D. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA Y LEGAL .....</b>	<b>215</b>
<b>E. VIABILIDAD SOCIO CULTURAL .....</b>	<b>250</b>
<b>F. VIABILIDAD ECONÓMICA Y EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>257</b>
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>271</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>275</b>
<b>VIII. RESUMEN .....</b>	<b>276</b>
<b>IX. SUMMARY .....</b>	<b>277</b>
<b>X. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>278</b>
<b>XI. ANEXOS.....</b>	<b>281</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Análisis cualitativo para la interpretación de los recursos culturales .....	31
Cuadro N° 2. Categorías a evaluar para salvaguarda de los recursos interpretativos.....	32
Cuadro N° 3. Servicios básicos y vías de acceso.....	46
Cuadro N° 4. Servicios de cooperativas de transporte interprovincial .....	52
Cuadro N° 5. Fauna doméstica .....	54
Cuadro N° 6. Mamíferos silvestres .....	55
Cuadro N° 7. Avifauna .....	55
Cuadro N° 8. Herpetofauna.....	56
Cuadro N° 9. Personas dedicadas a la producción de textiles de lana.....	63
Cuadro N° 10. Resumen de los atractivos turísticos de la parroquia San Lucas .....	64
Cuadro N° 11. Resumen de la valoración y jerarquización de los atractivos turísticos .....	65
Cuadro N° 12. Proceso de teñido con plantas.....	105
Cuadro N° 13. Análisis cualitativo para la interpretación de los recursos interpretativos ....	114
Cuadro N° 14. Valoración del ÍPI de los recursos interpretativos.....	115
Cuadro N° 15. Análisis de salvaguardar los recursos interpretativos.....	116
Cuadro N° 16. Matriz resumen de IPI y ESRC para la comunidad de Pichig.....	118
Cuadro N° 17. Establecimiento de alimentación y bebidas de la Parroquia San Lucas .....	119
Cuadro N° 18. Agencias y operadoras de turismo de los cantones Loja y Saraguro.....	120
Cuadro N° 19. Proyecto: CTC “Saraguro Rikuy” .....	128
Cuadro N° 20. Proyección de la oferta para los próximos cinco años.....	129
Cuadro N° 21. Proyección de la demanda potencial para los próximos cinco años.....	133
Cuadro N° 22. Proyección de la demanda insatisfecha. ....	133
Cuadro N° 23. Proyección de la demanda objetivo a ser captado por el centro.....	134
Cuadro N° 24. Detalle de audiencia y universo.....	135
Cuadro N° 25. Detalle del proceso de muestreo.....	136
Cuadro N° 26. Número de encuestas a aplicarse en cada segmento.....	136
Cuadro N° 27. Preferencia de otros temas y actividades .....	148
Cuadro N° 28. Detalle del proceso de muestreo para la audiencia comunitaria.....	155
Cuadro N° 29. Número de encuestas a aplicarse en cada segmento dentro de la población ..	155
Cuadro N° 30. Interés en los programas de capacitación para la creación de centro. ....	159
Cuadro N° 31. Interés de contar con un centro.....	164
Cuadro N° 32. Interés en los programas de capacitación para la creación del centro. ....	166
Cuadro N° 33. Predisposición de organizarse entre artesanos.....	166
Cuadro N° 34. Normas para prevenir efectos negativos del turismo en la comunidad .....	167
Cuadro N° 35. Tópicos, temas y mensajes para el desarrollo del proceso interpretativo.....	173
Cuadro N° 36. Tópicos, temas y mensajes para el desarrollo del proceso interpretativo en el Sendero “Ñawi Ñawi”. .....	190
Cuadro N° 37. Medios interpretativos requeridos. ....	196
Cuadro N° 38. Itinerario interpretativo para el “Jatun Tampu”.....	198
Cuadro N° 39. Precio de venta por servicio interpretativo.....	199
Cuadro N° 40. Itinerario interpretativo para el Sendero Textil “Ñawi Ñawi” .....	201
Cuadro N° 41. Precio de venta por servicio interpretativo.....	202
Cuadro N° 42. Itinerario interpretativo para el servicio “Hilando y tejiendo fino”.....	204
Cuadro N° 43. Precio de venta por servicio interpretativo.....	205
Cuadro N° 44. Itinerario interpretativo para el servicio de “Tinturado con plantas”. ....	207
Cuadro N° 45. Precio de venta por servicio interpretativo.....	207
Cuadro N° 46. Evaluación del proceso de operación del servicio interpretativo. ....	211
Cuadro N° 47. Canales y medios publicitarios a utilizar en el centro .....	214

Cuadro N° 48. Personal necesario para el centro.....	215
Cuadro N° 49. Manual de funciones para el coordinador general del centro.....	219
Cuadro N° 50. Manual de funciones para el guía interprete en el centro.....	221
Cuadro N° 51. Manual de funciones para el vendedor(a) artesanal en el centro.....	222
Cuadro N° 52. Manual de funciones para el /la responsable de cocina del centro.....	223
Cuadro N° 53. Descripción de las actividades del proyecto que causarán impactos.....	251
Cuadro N° 54. Matriz de evaluación de los impactos socioculturales y ambientales potenciales al implementarse el centro.....	253
Cuadro N° 55. Ponderación de datos de la matriz Lázaro Lago.....	255
Cuadro N° 56. Medidas de mitigación a impactos negativos.....	256
Cuadro N° 57. Activos fijos del área de coordinación y recepción.....	258
Cuadro N° 58. Activos diferidos del área de coordinación y recepción.....	258
Cuadro N° 59. Listado de inversiones de activos fijos para el área de restauración.....	259
Cuadro N° 60. Listado de inversiones en activos fijos para la tienda artesanal.....	260
Cuadro N° 61. Listado de inversión en artesanías a comercializarse en la tienda artesanal...	260
Cuadro N° 62. Listado de inversiones del área de producción textil en telar.....	261
Cuadro N° 63. Listado de inversiones del área de producción textil en makana.....	261
Cuadro N° 64. Listado de inversiones del área de tinturado.....	261
Cuadro N° 65. Listado de inversiones del área de hilado.....	262
Cuadro N° 66. Listado de inversión en medios interpretativos complementarios.....	262
Cuadro N° 67. Gastos en facilidades turísticas y sistemas de buenas prácticas.....	262
Cuadro N° 68. Gastos de personal de planta del centro.....	263
Cuadro N° 69. Gastos de mano de obra indirecta.....	263
Cuadro N° 70. Gastos de materia prima para elaboración de artesanías de recuerdo para visitantes.....	263
Cuadro N° 71. Gastos en proveedores de servicios complementarios.....	264
Cuadro N° 72. Inversiones del proyecto.....	264
Cuadro N° 73. Fuentes y usos del proyecto.....	265
Cuadro N° 74. Depreciación de activos fijos.....	266
Cuadro N° 75. Amortización de los activos diferidos.....	266
Cuadro N° 76. Estructura de costos para la vida útil del proyecto.....	267
Cuadro N° 77. Desglose de costos de los servicios interpretativos a ofertarse en el centro...	267
Cuadro N° 78. Desglose de ingresos totales.....	268
Cuadro N° 79. Estado de resultados.....	268
Cuadro N° 80. Flujo de caja.....	269
Cuadro N° 81. Flujo de caja actualizado.....	269
Cuadro N° 82. Valor de costo actualizado.....	269
Cuadro N° 83. Cuadro resumen de indicadores económicos y financieros.....	270

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Organigrama estructural del cabildo Pichig, 2014.....	67
Gráfico N° 2. Categoría de las agencias y operadoras de turismo de los cantones Loja y Saraguro.....	121
Gráfico N° 3. Agencias y operadoras que disponen paquetes con actividades culturales.....	121
Gráfico N° 4. Sitios de visita de los paquetes que incluyen actividades culturales.....	122
Gráfico N° 5. Sitios de visita de los paquetes que incluyen actividades culturales en Vilcabamba.....	122
Gráfico N° 6. Sitios de visita de los paquetes que incluyen actividades culturales.....	123
Gráfico N° 7. Actividades culturales que incluyen los paquetes en Saraguro.....	124
Gráfico N° 8. Actividades culturales que incluyen los paquetes en Vilcabamba.....	124
Gráfico N° 9. Actividades culturales que incluyen los paquetes en la ciudad de Loja.....	125
Gráfico N° 10. Costo por día de los paquetes que incluyen actividades culturales.....	125
Gráfico N° 11. Ventas anuales de paquetes que incluyen actividades culturales.....	126
Gráfico N° 12. Estrategia de comercialización de paquetes que incluyen actividades culturales.....	126
Gráfico N° 13. Medios de comunicación más utilizados para promocionar los paquetes.....	127
Gráfico N° 14. Edad de los turistas nacionales.....	137
Gráfico N° 15. Nivel de educación de los turistas nacionales.....	137
Gráfico N° 16. Lugar de procedencia de turistas nacionales.....	138
Gráfico N° 17. Composición del grupo de viaje de turistas nacionales.....	139
Gráfico N° 18. Interés de contar con un centro.....	139
Gráfico N° 19. Motivación para la existencia del centro.....	140
Gráfico N° 20. Preferencia de otros temas y actividades.....	140
Gráfico N° 21. ¿Cómo le gustaría que fuese el Centro Interpretativo Cultural Textil?.....	141
Gráfico N° 22. Tiempo que destinaría para el recorrido en el centro.....	141
Gráfico N° 23. Tipología de medios interpretativos para el centro.....	142
Gráfico N° 24. Servicios complementarios a contratar durante la visita al centro.....	142
Gráfico N° 25. Normas para prevenir efectos negativos del turismo en la comunidad.....	143
Gráfico N° 26. Condiciones que influirían para NO recomendar o retornar a un lugar.....	143
Gráfico N° 27. Medios de comunicación de preferencia.....	144
Gráfico N° 28. Género de turistas internacionales.....	145
Gráfico N° 29. Edad de turistas internacionales.....	145
Gráfico N° 30. Nivel de educación de turistas internacionales.....	146
Gráfico N° 31. País de procedencia de turistas internacionales.....	146
Gráfico N° 32. Composición del grupo de viaje de turistas extranjeros.....	147
Gráfico N° 33. Interés de contar con un centro.....	147
Gráfico N° 34. Motivación para la existencia del centro.....	148
Gráfico N° 35. ¿Cómo le gustaría que fuese el centro?.....	149
Gráfico N° 36. Tiempo que destinaría para el recorrido en el centro.....	149
Gráfico N° 37. Tipología de medios interpretativos para el centro.....	150
Gráfico N° 38. Servicios complementarios a contratar durante la visita al centro.....	150
Gráfico N° 39. Normas para prevenir efectos negativos del turismo en la comunidad.....	151
Gráfico N° 40. Condiciones que influirían para NO recomendar o retornar a un lugar.....	151
Gráfico N° 41. Medios de comunicación de preferencia.....	152
Gráfico N° 42. Género de los pobladores locales.....	156
Gráfico N° 43. Rangos de edad de los pobladores locales.....	156
Gráfico N° 44. Nivel de educación de pobladores locales.....	157
Gráfico N° 45. Interés de contar con un centro.....	157

Gráfico N° 46. Motivación para la existencia del centro.....	158
Gráfico N° 47. Consideración prioritaria de otros proyectos y actividades .....	158
Gráfico N° 48. ¿Cómo le gustaría que fuese el centro?.....	159
Gráfico N° 49. Normas para el ejercicio turístico comunitario .....	160
Gráfico N° 50. Posibles condiciones para el ejercicio turístico comunitario .....	160
Gráfico N° 51. Acciones para la revitalización de la práctica textil.....	161
Gráfico N° 52. Género de las personas que se dedican a la producción textil .....	163
Gráfico N° 53. Rango de edad de las personas que se dedican a la producción textil .....	163
Gráfico N° 54. Nivel de educación de las personas que se dedican a la producción textil ....	164
Gráfico N° 55. Motivación para la existencia del centro.....	165
Gráfico N° 56. ¿Cómo le gustaría que fuese el centro?.....	165
Gráfico N° 57. Predisposición para recibir a turistas en su casa .....	167
Gráfico N° 58. Potenciales condiciones para los turistas al visitar la comunidad.....	167
Gráfico N° 59. Acciones para el fortalecimiento y práctica textil.....	168
Gráfico N° 60. Planta destinada para la casa principal o “Jatun Tampu”.....	170
Gráfico N° 61. Área total destinada para el funcionamiento de la casa principal o “Jatun Tampu” .....	171
Gráfico N° 62. Croquis del recorrido del Sendero Textil “Ñawi Ñawi” .....	188
Gráfico N° 63. Imagen corporativa del centro.....	208
Gráfico N° 64. Organigrama estructural del centro .....	216
Gráfico N° 65. Organigrama funcional del centro.....	219

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1. Mapa político de la parroquia San Lucas .....	26
Ilustración N° 2. Vestimenta de la cultura Saraguro.....	47
Ilustración N° 3. Mapa turístico de la parroquia San Lucas .....	66

## ABREVIATURAS

**CTC.** Centros de turismo comunitario

**GADML.** Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja

**GADPSL.** Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de San Lucas

**INEC.** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**INPC.** Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

**IPI.** Índice de Potencial Interpretativo

**MAE.** Ministerio del Ambiente del Ecuador

**PET.** Población en Edad de Trabajar

**TIR.** Tasa Interna de Retorno

**VAN.** Valor Actual Neto

# **I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO INTERPRETATIVO CULTURAL PARA EL APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LA PRODUCCIÓN TRADICIONAL DE TEXTILES ELABORADOS A PARTIR DE LA LANA DE OVEJA EN LA COMUNIDAD DE PICHIG, PARROQUIA SAN LUCAS, CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA**

## **II. INTRODUCCIÓN**

El pueblo Saraguro conocido mundialmente como pueblo milenario descendiente de los incas, turísticamente distinguido por su singular vestimenta está vigente hasta la actualidad, manifestando parte de su esencia cultural de múltiples maneras, a pesar de que los significativos cambios generados por la humanidad tras generaciones de inconsciente proceder, han mutilado gran parte de sus raíces ancestrales dormitando los conocimientos, prácticas y sabiduría ancestral, que hace en la actualidad desconocer la esencia vital de este pueblo.

Hoy en día aquejados por la realidad humana de un pueblo que sufre su ocaso, se pretende reconfortar la identidad de diversas maneras; no faltan los eventos culturales, e investigaciones generadas desde los sectores académicos, así como también, la formulación de planes y proyectos desde los gobiernos autónomos descentralizados, entre los cuales se encuentra el turismo sostenible como una de las alternativas de desarrollo, que pretende contribuir al mejoramiento de la calidad de vida humana en las dimensiones socio cultural, ambiental y económica. Sin embargo las acciones descritas difícilmente logran tocar la conciencia humana, para un cambio de actitud ante lo propio culturalmente hablando. El turismo ciertamente ha generado cambios importantes, ya que la actividad se ha convertido en un buen pretexto para que se fortalezcan ciertas manifestaciones culturales, en especial la vestimenta.

La actividad turística hasta la actualidad ha contribuido en la difusión cultural, pero se ha limitado a vender la imagen, lo externo, lo que se ve, lo tangible de un pueblo. Lo que se propone con el presente proyecto es recuperar los conocimientos y prácticas ancestrales de elaboración de textiles desde el simbolismo, desde la esencia, fortaleciendo la identidad cultural desde adentro, para que a posterior la actividad turística sea un puente para llegar a

la conciencia de la humanidad, transmitiendo una forma de vida en conexión y armonía con la naturaleza.

El estudio de factibilidad para la implementación de un centro interpretativo cultural para el aprovechamiento turístico de la producción tradicional de textiles elaborados a partir de la lana de oveja en la comunidad de Pichig, es planteado debido a que la comunidad tiene la aptitud y las condiciones culturales para ponerlo en marcha, ya que su población está conformada por miembros de la cultura Saraguro que históricamente han elaborado y vestido sus trajes hechos en base a la lana. Hoy en día las familias de la comunidad crían las ovejas, de los cuales se extrae la fibra para la confección de prendas, que en su mayoría de casos se destina al autoabastecimiento; contados son los casos de personas que dedican parte de su tiempo a la producción textil para el comercio en base a pedidos.

A través de un inventario de los procesos y procedimientos de producción textil se ha determinado la aptitud para ser interpretados, sin embargo presentan una debilidad intrínseca a nivel cultural, lo cual incide en el uso turístico interpretativo, por lo que es necesario previamente promover acciones para que estos recursos con potencial interpretativo sean fortalecidos y valorados desde la conciencia de cada uno de los pobladores de la comunidad.

La zona sur del Ecuador, donde se encuentra la provincia de Loja y dentro de la cual se encuentran sitios turísticos de importancia como Vilcabamba, Saraguro y El Cisne, está siendo concurrido por turistas nacionales y extranjeros que cada vez muestran mayor interés por la oferta turística comunitaria.

Los estudios actuales referentes a la audiencia turística nacional y extranjera potencial para el centro, muestran interés de contar para su visita con un centro interpretativo dedicado al textil, sobre todo porque permitirá conocer más de cerca la cultura Saraguro, comprar artesanías de lana y en otros casos aprender del arte textil mediante visitas directas a los actores dentro de la comunidad.

La audiencia comunitaria y de manera especial las personas que dedican su tiempo a la producción de textil, consideran que la implementación del centro influiría para retomar la confección y uso de la vestimenta de lana, revitalizar y valorar los conocimientos y prácticas ancestrales en este campo. Los textileros de manera especial expresan su

predisposición para recibir en sus hogares a los interesados en conocer su labor textil, pues consideran que el conocimiento transmitido a tiempo y a la persona que tiene el interés real de aprender es necesario en estos momentos de decadencia cultural.

El centro en si pretende ser un puente a través del cual se logre a la par salvaguardar los conocimientos y prácticas ancestrales en el campo textil, fortaleciendo su vigencia y beneficios a largo plazo, conociendo, valorando y amando conscientemente lo propio, para que la actividad turística tome fuerza y sea un aliado para transmitir una forma de vida. Además tiene el interés de retomar formas tradicionales de organización y convivencia comunitaria para agilizar los procesos y alcanzar mayores logros, para de esta manera generar y ampliar los beneficios en menor tiempo y menor gasto de recursos.

Social y culturalmente la existencia de este centro marcaría un proceso importante de resurgimiento de la cultura Saraguro en la comunidad de Pichig, un proceso que prioriza el cuidado de la salud de la tierra, del ser humano y fortalece la economía familiar.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

Con la presente propuesta se pretende aprovechar las aptitudes territoriales en el campo cultural que posee la comunidad de Pichig, a partir de la implementación de un centro interpretativo cultural relacionado a la producción tradicional de textiles de lana de oveja, que impulse en primera instancia la producción para el autoabastecimiento, reactivando así, una de las costumbres esenciales de confección de la vestimenta de lana con las propias manos y dentro de los hogares de la comunidad. Recuperar ésta sabia costumbre ancestral generará efectos importantes sobre la salud de las personas y la salud de la tierra, ya que se disminuirá el consumo de ropas sintéticas que son elaborados a partir de fuentes de hidrocarburos, los mismos que para convertirse en prendas de vestir, deben venir rasgando las entrañas de la Allpamama o madre tierra.

Este emprendimiento tendrá un carácter familiar, adicionalmente pretende establecerse una estrecha relación con la comunidad, con el ánimo de aunar esfuerzos para generar cambios y disfrutar de los beneficios, haciendo válido uno de los principios andinos de convivencia comunitaria, como es la solidaridad y reciprocidad, el dar para recibir, emprendimiento y alianza que impulse un proceso de revitalización y valoración cultural desde el “Ñuka

kani” desde cada uno, desde el “Yo”, para recuperar y poner en práctica los conocimientos en la confección de textiles tradicionales desde la matriz familiar.

Turísticamente el centro se constituirá en un espacio donde los pobladores de la comunidad e interesados, puedan encontrarse y acceder al conocimiento y práctica de las artes textiles para investigar y entender la sabiduría que se esconde en esta actividad, generando una actitud responsable y respetuosa ante las personas, las prendas de vestir de lana elaboradas manualmente e ir contribuyendo de esta manera a la generación de una humanidad más respetuosa, justa y equitativa con todo su entorno natural, social y cultural.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo general**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de un centro interpretativo cultural para el aprovechamiento turístico de la producción tradicional de textiles elaborados a partir de la lana de oveja en la comunidad de Pichig, parroquia San Lucas, cantón Loja, provincia de Loja.

### **2. Objetivos específicos**

1. Evaluar el potencial interpretativo de las prácticas tradicionales para elaboración de textil
2. Determinar la viabilidad comercial
3. Determinar la viabilidad técnica
4. Determinar la viabilidad administrativa y legal
5. Determinar la viabilidad socio cultural
6. Determinar la viabilidad económica y evaluación financiera

## **C. HIPÓTESIS**

Existe factibilidad para la implementación de un centro interpretativo cultural textil para el aprovechamiento turístico de la producción tradicional de textiles elaborados a partir de la lana de oveja en la comunidad de Pichig.

### **III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **A. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad según lo menciona Santos, T. (2008), “es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran”. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo.

Propone que en el estudio de factibilidad intervienen cuatro grandes etapas como idea, pre inversión, inversión y operación. En la etapa idea se busca de forma ordenada la identificación de la problemática a resolverse u oportunidades que se puedan aprovechar. Las diferentes maneras de resolver la problemática o aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto. La etapa de pre inversión es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto. Esta se compone de tres niveles: perfil, pre factibilidad y factibilidad.

El nivel perfil, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia. En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

En el nivel pre factibilidad se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

Para llevar a cabo un estudio de factibilidad de un proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero.

## **B. CENTRO INTERPRETATIVO O DE INTERPRETACIÓN**

Según lo menciona Bertonatti, C. (2009), un centro de interpretación es un espacio que revela el significado y la relación del patrimonio con el visitante que llega hasta el sitio turístico que lo contiene. En los centros de interpretación los visitantes tienen oportunidad de recibir información significativa y experimentar vivencias con relación a los bienes del lugar.

Un centro de interpretación cultural, de acuerdo a lo mencionado por Santacana, J. (2005), es un equipamiento cultural, cuya función principal es la de promover un ambiente para el aprendizaje creativo, buscando revelar al público el significado del legado cultural o histórico de los bienes que expone. Está orientado a cubrir cuatro funciones básicas: Investigación, conservación, divulgación y puesta en valor del objeto que lo constituye. Se interpreta para revelar significados, actividades y destinatarios. Sus actividades están dirigidas a la población en general, dedicando especial atención a las visitas de grupos organizados, con el fin de aumentar la sensibilización del público y de hacer más eficaz la conservación del patrimonio histórico y cultural.

Además menciona que los objetivos básicos de los centros de interpretación es ser uno de los recursos de referencia para la transmisión de la cultura, hacerlos más accesibles al público y conseguir generar experiencias atractivas en los visitantes, más allá de la mera observación, es el reto para una mejor difusión cultural.

### **1. La interpretación**

Según Morales, J. (1992), menciona que “la interpretación es comunicación atractiva”; que “la interpretación va dirigida más al corazón que a la razón”, se realiza in situ, “la interpretación debe estimular el uso de los sentidos”.

Además Wagar (1976) citado en Morales (1992) afirma que cualquier intervención interpretativa no sería efectiva a menos que:

- Atraiga y mantenga la atención del visitante;
- Éste entienda y retenga cierta información;
- Que gracias a esa información adopte una actitud positiva;
- Se observe en él un cambio permanente de comportamiento.

Morales, J. (2008), menciona que al realizarse el proceso interpretativo “tal vez baste con que la persona visitante se sienta estimulada a pensar, esperando con ello que adopte una actitud positiva”. Finalmente añade que “La interpretación del patrimonio es un proceso creativo de comunicación estratégica, que ayuda a conectar intelectual y emocionalmente al visitante con los significados del recurso patrimonial visitado, para que lo aprecie y disfrute”. Además, hace referencia al cuarto principio de Tilden, F. (1957), donde él menciona que “El objetivo de la interpretación no es la instrucción, sino la provocación del pensamiento o reflexión.”

En el 2006, La Asociación para la Interpretación del Patrimonio (AIP), define: “*La interpretación del patrimonio es el "arte" de revelar in situ el significado del legado natural y cultural al público que visita esos lugares en su tiempo libre.*”

### **1. Los principios de la interpretación del patrimonio**

El conjunto de principios propuestas por Tilden, F. (1957) y que sirven de base para el desarrollo de esta disciplina son los siguientes:

- a. La interpretación debe relacionar los objetos de divulgación, rasgos interpretativos, con aquello que se encuentra en la experiencia y la personalidad de aquellos a quienes va dirigida.
- b. La información como tal no es interpretación. Ésta es una forma de comunicación basada en la información, pero debe tratar además con significados, interrelaciones, implicaciones e interrogantes sobre ciertas cuestiones o materias.

- c. La interpretación es un arte que combina muchas artes para explicar los temas presentados. Debe hacer uso de todos los sentidos para construir conceptos y conseguir reacciones en el individuo.
- d. La interpretación es provocación; debe despertar la curiosidad, resaltando lo que en apariencia es insignificante.
- e. La interpretación debe ser una presentación del todo y no de partes aisladas; los temas presentados deben estar interrelacionados dentro de un marco conceptual común.
- f. La interpretación está dirigida al público general, pero debe tener en cuenta las características de cada tipo de público: niños/adultos, intereses, niveles de profundidad, etc.

Además de los principios que rigen la aplicación efectiva del proceso de interpretación del patrimonio, se mencionan cualidades que la diferencian de otros métodos para transmitir un mensaje.

## **2. Cualidades de la interpretación**

El proceso interpretativo según lo menciona Ham, S. (1992) tiene 4 cualidades, las mismas que son descritas a continuación:

### **a. La interpretación es amena**

Es decir que el proceso interpretativo entretiene, atrapa la atención de su audiencia, es informal a diferencia de las aulas. La manera de crear un ambiente informal es usando un tono de voz amistoso, medios interpretativos interactivos; hacer uso del humor, música. Además es necesario que en su desenvolvimiento el intérprete es importante: sonreír, utilizar verbos activos, mostrar causa y efecto, vínculo de la ciencia con la historia humana, usar metáforas visuales para describir ideas, usar un vehículo para hacer su tópico más interesante.

**b. La interpretación es pertinente**

La información es pertinente cuando tiene significado y es personal. Tiene significado y es pertinente cuando hemos logrado relacionar lo que se dice, con algo que ya está dentro del cerebro del receptor; cuando la entendemos en el contexto de algo que ya sabemos. Personal, se refiere a que la información que emita el intérprete debe relacionarse con algo por lo que ellos se interesan y que tenga relación con sus vidas.

**c. La interpretación es organizada**

Presentada de tal forma que es fácil de seguir. Las ideas que se presentan deben seguir una secuencia lógica de pensamiento para que con muy poco esfuerzo se puedan mantener las cosas organizadas. Si durante las charlas, exhibiciones, programas audiovisuales, que tratan de presentar cinco o menos ideas principales, serán más interesantes y más entendibles que aquellas que tratan de comunicar más.

**d. La interpretación tiene un tema**

La interpretación es temática, tiene un tema o punto principal. Cualquier presentación de ideas puede y debe tener un tópico y un tema. La diferencia es que un tópico es meramente el objeto motivo de la presentación; en cambio un tema es el punto principal o mensaje que un comunicador trata de transmitir sobre ese tópico.

**3. Destinatario de la interpretación**

La razón de ser de la interpretación según Guerra, F. (1998) es el público, por lo tanto es necesario preguntarse quién es exactamente ese público y cuáles son las características que lo definen.

Entre los aspectos importantes y a tener en cuenta en el público es la edad, ya que no sólo incide en los intereses de cada persona, sino que además tiene su influencia tanto en la movilidad y accesibilidad como en la experiencia. Además el nivel educativo como el aspecto cultural define el nivel de profundización que es necesario emplear en la comunicación de los valores de un lugar. Quizá los aspectos más importantes de cara a

satisfacer las exigencias del público sean sus expectativas y experiencias, ya que éstas de alguna manera definirán la actitud del visitante en el espacio.

#### **a. Necesidades del público**

Según Maslow, H. (1954) citado por Guerra, F. (1998), existe un conjunto de aspectos que desde su punto de vista, se corresponden con las necesidades básicas de las personas. La interpretación del patrimonio debe actuar intentando satisfacer las necesidades y expectativas del público, ya que ello incidirá en la experiencia y desarrollo de determinadas actitudes para la conservación del mismo. Las necesidades humanas mencionadas son las siguientes:

- Fisiológicas
- Seguridad y comodidad
- Posibilidad de elección
- Elementos de refuerzo en la elección
- Participación
- Desarrollo personal – recreación
- Recolección – recuerdo

#### **4. Estilos de la interpretación**

Según Guerra, F. (1998) “la interpretación no posee técnicas pero si estilos”. Estos estilos proceden de diferentes disciplinas relacionadas con la comunicación, los mismos que se detallan a continuación:

- Sin duda el primer aspecto a considerar es alentar la participación, bien mediante preguntas, realización de actividades o el uso de instrumentos concretos.
- La interpretación es provocación. Debe incomodar y forzar la reflexión, resaltando aquellos aspectos que puedan parecer insignificantes al público.
- Todo los mensajes deben ser sencillos, significativos (fácilmente procesables) y relevantes para el público, creíbles y demostrables.

- La principal estrategia de la comunicación debe ser el uso del tema (idea o eje principal del mensaje), de manera que el público pueda recordarla.
- Las ideas que se presenten al público deben estar perfectamente secuenciadas para conseguir el mantenimiento de las expectativas y el interés durante todo el proceso de comunicación.
- La interpretación debe apoyarse en técnicas gráficas que esquematicen los contenidos y los hagan más accesibles al público con el consiguiente ahorro de espacio y tiempo.
- En determinadas circunstancias, es interesante considerar la creación de un clima adecuado, tanto con el objetivo de reconstruir las condiciones originales de un lugar como para la recreación de hechos históricos.
- También es útil plantearse el uso del humor, aunque siempre en dosis adecuadas.
- Algunos autores también dan especial importancia al uso del misterio: parte de la información visual permanece oculta y sólo puede accederse a ella cambiando el punto de observación o mediante manipulación manual.
- A todos nos gusta ser recibidos cuando llegamos a un lugar desconocido. Por ello, es fundamental establecer un contacto con el visitante, lo más personal posible, y dar la bienvenida.
- Como premisa, debe también incrementarse la experiencia del visitante a través de actividades de percepción sensorial que redunden en el establecimiento de relaciones afectivas entre el público y el sitio que es interpretado y muestren al público la importancia y el interés de usar los sentidos.
- Es de gran importancia el satisfacer al público en su demanda de conocimiento y afectividad, infundiendo en todo momento autoconfianza y autoestima.
- La información básica debe localizarse al principio y al final para facilitar su asimilación, intentando que el público se sienta involucrado en dicho proceso. Es, además, importante el dar la información en pequeñas dosis.

- En general, las presentaciones deben realizarse en tono positivo, estimulando al público al desarrollo de actividades de conservación.

## **C. TURISMO CULTURAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE**

### **1. Turismo cultural**

El turismo cultural es aquel tipo especial de turismo que incorpora los aspectos culturales, sociales y económicos en su oferta y demanda de bienes y servicios. La UNESCO (1982), señala que el turismo cultural corresponde a “una dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos como un modelo de desarrollo humano integral y sostenible”. Es considerada una “actividad que, no solo contribuye al desarrollo económico sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo el turismo cultural una modalidad en la que convergen políticas culturales y turísticas, portador de valores y respeto por los recursos, tanto culturales como naturales”.

En relación al concepto y práctica del turismo cultural surge el turismo sostenible definida por AMMA (2008), como aquella actividad turística respetuosa con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

Se define también como "la actividad económica productora de bienes y servicios que, respetando los límites físicos del espacio en que se desarrolla y los psíquicos de los habitantes y demás actores, son destinados a quienes deciden desplazarse temporal y voluntariamente fuera del lugar de residencia habitual sin incorporarse al mercado de trabajo del lugar de destino, con motivo o no de recreación" (Capece, G. 1997, citado en AMMA 2008).

La Carta de Lanzarote (1995), producida por los asistentes a la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible expresa que, siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo

puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende.

#### **D. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL INTERPRETATIVO**

Un rasgo interpretativo (cualidad intrínseca) es todo objeto, proceso, fenómeno o concepto que merece ser interpretado o que tiene importancia interpretativa (Morales, J. 1992). El potencial interpretativo existe cuando una variedad de rasgos y ambientes importantes se encuentran a la vista. Estos rasgos pueden inspirar para darle nombre. Un rasgo interesante puede servir como señuelo para atraer a la gente a visitar el sitio, y por lo tanto, incrementar el número de personas al que se puede llegar. Ejemplos de rasgos interpretativos pueden ser caídas o nacimientos de agua, formaciones geológicas, afloramientos de fósiles, un punto de valor escénico o paisajístico, sucesos históricos, etc.

Para la interpretación de grandes áreas, es necesario organizar unos criterios de evaluación para el potencial interpretativo de los sitios, de forma que, posteriormente se pueden establecer prioridades de operación. Dentro de los criterios aplicables para la selección final de tales elementos está la singularidad, atractivo, resistencia al impacto, acceso a una diversidad de público, estacionalidad, afluencia actual de público, representatividad didáctica, pertinencia de contenidos, seguridad y facilidad de infraestructura. Los criterios se valoran de acuerdo a una clasificación en bueno, regular o malo y su correspondiente intervalo de puntuación. Tras aplicar una matriz se obtiene un valor numérico para cada criterio: el índice del potencial interpretativo (IPI), que puede indicar la prioridad a la hora de elección de los sitios con potencial de uso para la interpretación. Este valor relativo puede orientar hacia qué dirección dirigir las acciones prioritarias de la Interpretación (Morales, J. 1998 citado en Bazán, H. 2014)

#### **E. VIABILIDAD COMERCIAL**

Según menciona Santos, T. (2008) la viabilidad comercial es más que el análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial, mediante el conocimiento de los siguientes aspectos:

- El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- Comercialización del producto o servicio del proyecto.
- Los proveedores y la disponibilidad y precios de los insumos, actuales y proyectados.

En todo proyecto uno o de los factores más críticos es la estimación de la demanda, y conjuntamente con ella los ingresos de operación, como los costos e inversiones implícitos.

El análisis del consumidor actual y potencial tiene por objetivo caracterizar a los mismos, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, nivel de ingreso promedio, entre otros; para que en base a su perfil se propongan estrategias comerciales. El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto.

El estudio de la competencia es fundamental para poder conocer las características de los productos o servicios que ofrecen el resto de los productores, con el fin de determinar las ventajas y desventajas que aporta dicha competencia. Además, permite argumentar el nivel de ocupación de la capacidad disponible por el proyecto.

El análisis de la comercialización del proyecto depende en modo importante de los resultados que se obtienen de los estudios del consumidor, la demanda, la competencia y la oferta. Por lo que las decisiones (en cuanto a precio, promoción, publicidad, distribución, calidad, entre otras) adoptadas aquí tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se manifiestan en sus ingresos y egresos.

Los proveedores de insumos necesarios para el proyecto pueden ser determinantes en el éxito o fracaso de éste. De ahí la necesidad de estudiar si existe disponibilidad de los insumos requeridos y cuál es el precio que deberá pagarse para garantizar su abastecimiento. Por lo que la información que se obtenga de los proveedores puede influir en la selección de la localización del proyecto.

Atendiendo al estudio de cada una de las variables que influyen en el mercado, es que su objetivo principal está dirigido a la recopilación de carácter económico que se representa en la composición del flujo de caja del proyecto

## **F. VIABILIDAD TÉCNICA**

De acuerdo con Santos, T. (2008), el objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye tamaño del proyecto y localización.

### **1. Tamaño del proyecto**

”La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. Para ello se tienen en cuenta los siguientes elementos. La primera se refiere al volumen de producción que bajo condiciones técnicas óptimas se alcanza a un costo unitario mínimo. La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen registrarán durante el mayor tiempo a lo largo del período considerado al costo unitario mínimo, y por último, la capacidad máxima se refiere a la mayor producción que se puede obtener sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción”.

Como concepto de tamaño de planta se adopta de las definiciones anteriores, la correspondiente a la capacidad de producción normal, la que se puede expresar para cada una de las líneas de equipos o procesos, o bien para la totalidad de la planta.

### **2. Localización**

Con el estudio de micro localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios. En la decisión de su ubicación se considerarán los aspectos siguientes:

- Facilidades de infraestructura terrestre y de suministros de energía, combustible, agua, así como de servicios de alcantarillado, teléfono.
- Ubicación con una proximidad razonable de las materias primas, insumos y mercado.
- Condiciones ambientales favorables y protección del medio ambiente.

- Disponibilidad de fuerza de trabajo apropiada atendiendo a la estructura de especialidades técnicas que demanda la inversión y considerando las características de la que está asentada en el territorio.
- Correcta preservación del medio ambiente y del tratamiento, traslado y disposición de los residuales sólidos, líquidos y gaseosos. Incluye el reciclaje.

### **3. Ingeniería del proyecto**

El estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de Ingeniería Básica, equivalente al proyecto técnico. El establecimiento de relaciones contractuales para los trabajos de proyectos, construcciones y suministros es un factor determinante para el logro de la eficiencia del proceso inversionista que se analiza.

Con la determinación del alcance del proyecto se requiere exponer las características operacionales y técnicas fundamentales de su base productiva, determinándose los procesos tecnológicos requeridos, el tipo y la cantidad de equipos y maquinarias, así como los tipos de cimentaciones, estructuras y obras de ingeniería civil previstas.

A su vez se determinará el costo de la tecnología y del equipamiento necesario sobre la base de la capacidad de la planta y de las obras a realizar.

Esta etapa considera las necesidades tecnológicas, maquinarias y equipos, obras de ingeniería civil, insumos (materias primas, materiales auxiliares, otros insumos y suministros de fábrica), servicios públicos y mano de obra.

## **G. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA Y LEGAL**

### **1. La organización**

Según Reyes, P. (2005), menciona que la palabra organización viene del griego “organon”, que significa instrumento. Está relacionado al concepto de organismo, el mismo que implica:

- *Partes y funciones diversas*, pues ningún organismo tiene partes idénticas, ni de igual funcionamiento.

- *Unidad funcional* debido a que todas esas partes diversas, con todo, tienen un fin común e idéntico.
- *Coordinación*, precisamente para lograr ese fin, cada una pone una acción distinta, pero complementaria de las demás; obran en vista del bien común y ayudan a las demás a construirse y ordenarse conforme a una causa específica.

#### **a. Concepto**

De acuerdo a Petersen y Plowman citados en Reyes, P. (2005), mencionan que la organización “es un método de distribución de la autoridad y de la responsabilidad y sirve para establecer canales prácticos de comunicación entre los grupos.”

La organización se refiere “a estructurar”; es quizás la parte más típica de los elementos que corresponden a la mecánica administrativa.

#### **b. Principios**

La organización contiene principios importantes que le permiten mantener eficiencia en su actividad, entre ellos tenemos:

##### **1) Principio de la especialización**

Cuanto más se divide el trabajo, dedicando a cada empleado a una actividad más limitada y concreta, se obtiene de él mayor eficiencia, precisión y destreza.

##### **2) Principio de la unidad de mando**

Para cada función debe existir un solo jefe. Esto quiere decir que cada subordinado no reciba órdenes sobre una misma materia de dos personas distintas. Esto es esencial para el orden y la eficiencia que exige la organización.

### **3) Principio del equilibrio de autoridad - responsabilidad**

Debe precisarse el grado de responsabilidad que corresponde al jefe de cada nivel jerárquico, estableciendo al mismo tiempo la autoridad correspondiente a aquella. La autoridad se ejerce de arriba hacia abajo; la responsabilidad va en la misma línea, pero de abajo hacia arriba.

### **4) Principio del equilibrio de dirección - control**

A cada grado de delegación debe corresponder el establecimiento de los controles adecuados para asegurar la unidad de mando. “la autoridad se delega, mientras que la responsabilidad se comparte”; esto en el sentido que la autoridad delegada no debe seguir ejerciendo, más que en casos extraordinarios, en tanto que la responsabilidad señalada se sigue teniendo.

## **c. Sistemas de organización**

Son las diversas combinaciones estables de la división de funciones y la autoridad, a través de las cuales se realiza la organización. Se expresan en las cartas o gráficas de organización y se complementan con los análisis de puestos.

Los sistemas de organización se representan en forma intuitiva y con objetividad en los llamados organigramas, conocidos como cartas o gráficas de organización. Existen diferentes clases, los cuales pueden ser verticales, horizontales, circulares y escalares.

### **1) Ventajas y desventajas de los organigramas**

#### **a) Organigramas verticales**

Tienen las ventajas de ser las más utilizadas y fácilmente comprendida. Identifican de forma objetiva las jerarquías del personal. Su desventaja es que ocurre el efecto de triangulación, ya que después de dos niveles, es difícil indicar los puestos inferiores.

**b) Organigramas horizontales**

Tienen como ventajas que siguen la forma normal de lectura, disminuyen el efecto de triangulación. Su desventaja es que son poco usados y a veces pueden sobrecargarse y ser poco claros.

**c) Organigramas circulares**

Están formados por un eje central que corresponde a la autoridad máxima en la empresa a cuyo alrededor se trazan círculos concéntricos, cada uno de ellos constituyen niveles de organización. En cada uno de esos círculos se coloca a los jefes inmediatos, y se les liga con líneas que representan los canales de autoridad y responsabilidad. La ventaja de estos organigramas, es que señalan muy bien, forzando casi a ello, la importancia de los niveles jerárquicos; elimina o disminuye la idea del status más alto o más bajo, permitiendo colocar mayor número de puestos en el mismo nivel. La desventaja, es que pueden resultar confusas y difíciles de leer, que no permite colocar con facilidad niveles donde hay un solo funcionario.

**d) Organigrama escalar**

Su ventaja es que pueden usarse para mayor claridad, distintos tipos de letra. Son sencillos pero poco usados.

**2. La viabilidad administrativa**

La viabilidad administrativa según lo menciona Gallerano, M. (2009) “busca determinar si existen capacidades gerenciales internas en la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio. En caso de no ser así, se debe evaluar la posibilidad de conseguir el personal con las habilidades y capacidades requeridas en el mercado laboral. Cuando se trata de un proyecto de una empresa nueva, se trata de determinar la estructura que adoptará la organización, sus distintos departamentos y las funciones específicas de sus miembros. De este análisis deberán surgir los costos administrativos del proyecto.”

En referencia a la administración Fayol, H (1841 – 1928) citado en Reyes, P. (1997), opina que “administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar. Prever es estructurar el porvenir y confeccionar el programa de acción: organizar es construir el doble organismo material y social de la empresa: mandar es dirigir el personal: coordinar es ligar y unir armonizar todos los actos, todos los esfuerzos: controlar es vigilar que todo suceda conforme las regla establecidas y las órdenes dadas.”

## **1) Importancia**

De acuerdo a Reyes, P. (1997), la administración es importante ya que permite utilizar de manera eficaz los escasos recursos del mundo; utilización efectiva de los esfuerzos de un grupo; logro de los objetivos específicos de una organización; crear un ambiente de trabajo colectivo eficaz destinado a la consecución de objetivos comunes.

## **2) Proceso administrativo**

Actualmente planificar, organizar, dirigir y controlar son las cuatro funciones básicas de todo el proceso administrativo. Se trata de funciones diferentes que están íntimamente relacionados.

### **a) Planificar**

Se trata de definir metas, establecer estrategias y elaborar planes para coordinar actividades. Decidir qué hacer y cómo hacerlo. Implica priorizar y comprometerse. Se trata de un proceso construido entre todos los participantes. El resultado de la planificación es una estrategia: “conglomerado de decisiones acerca de las metas, actividades y como aprovechar los recursos para alcanzar metas.” (Jones y George, 2010 citado en Gallardo, E. 2010).

**b) Organizar**

Asignar tareas, recursos y responsabilidades. Establecer una estructura de relaciones de modo que los empleados puedan interactuar y cooperar para alcanzar las metas organizativas.

Se agrupa a las personas en departamentos y después se coordinan todas las partes. El resultado de organizar es la creación de una estructura organizativa, siendo el organigrama su representación gráfica.

**c) Dirigir**

Orientar, guiar y motivar la actuación de cada individuo de la organización con el fin de que ayude a la consecución de metas organizacionales. La comunicación es importantísima.

**d) Controlar**

Vigilar el desempeño de las actividades, evaluar y adoptar medidas para mejorar.

**3. Viabilidad legal**

Según Gallerano, M. (2009), entorno a la viabilidad legal, se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, como la falta de normas internas de la empresa que pudieran contraponerse a alguno de los aspectos de la puesta en marcha o posterior operación del proyecto. Incluye la evaluación de la forma societaria (en el caso de una empresa nueva) que se adoptará y sus costos de constitución, la evaluación impositiva del proyecto, la determinación y desarrollo de los contratos a celebrar con terceros, la evaluación de las regulaciones y el marco legal a que está sujeta la actividad, entre otros aspectos.

## **H. VIABILIDAD SOCIOCULTURAL**

La viabilidad socio cultural está basada en la metodología de evaluación de impactos socio ambientales propuesta por Lago, L. (2003), quien en su metodología propone el uso de “dos tablas, una de ellas sirve para identificar, describir y evaluar, mientras que la otra sirve para cuantificar los impactos” que provoca la implementación de una actividad o proyecto.

Se hace una evaluación en torno a los factores ambientales y sociales sobre los cuales influyen las actividades del proyecto, usando 9 criterios entre los cuales tenemos naturaleza, magnitud, importancia, certeza, tipo, reversibilidad, duración, tiempo en aparecer y la condición de ser o no considerado en el proyecto.

Además de acuerdo a los aportes de Pacheco, Carrera y Almeida (2011), el componente socio-cultural evalúa en base a indicadores positivos y negativos relacionados con las actividades del proyecto, los aspectos que contribuyen a consolidar las formas de organización, fortalecer los mecanismos de representación y participación interna, valorar el capital social de la comunidad, fortalecimiento de los valores y expresiones culturales comunitarias.

## **I. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA**

De acuerdo al DECOOP (2007), la viabilidad económica y financiera para emprender un negocio, permitirá tener una proyección acerca de las tareas e inversiones que se deberán considerar para la puesta en marcha del mismo.

### **1. Viabilidad económica**

El estudio de la viabilidad económica es la evaluación del proyecto. Donde se calcula la rentabilidad del proyecto utilizando diversos indicadores como: el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar la razón Beneficio Costo (B/C), indicadores de Costo Efectividad o de Período de Recuperación de la Inversión.

En este estudio se debe evaluar económicamente todas las opciones encontradas en los estudios anteriores. Es necesario analizar todas las alternativas que resulten de combinar

las diversas opciones técnicas, financieras, de gestión y de mercado encontradas en los respectivos estudios de viabilidad. A veces una opción técnica que fue desechada en el correspondiente estudio de viabilidad, puede resultar conveniente al hacer un análisis integrando opciones de gestión, de mercado, legales y financieras.

En esta parte se ordenan los ítems de inversiones, de ingresos de operación (información que proporciona el estudio de mercado), los costos de operación, impuestos, depreciación, etc. Con estos ítems ordenados se construyen los flujos netos de ingresos futuros, que son el insumo básico utilizado en la evaluación económica del proyecto.

## **2. Viabilidad financiera**

La viabilidad financiera trata de ver si existe suficiente dinero para financiar los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y operación del proyecto. Por lo general, se dice que los buenos proyectos, es decir, aquellos con rentabilidad alta, con un riesgo razonable y bien evaluado, encuentran financiamiento con cierta facilidad.

El estudio de viabilidad financiera debe mostrar que con las diferentes fuentes de financiamiento a las que puede acceder el proyecto, es posible financiar todas las etapas del mismo. Estas fuentes pueden ser propias (capital aportado por los mismos socios), bancos, financieras, cooperativas de ahorro y crédito, fuentes externas, etc.

## **IV. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

#### **1. Localización**

El presente trabajo se llevó a cabo en la comunidad de Pichig, parroquia San Lucas, perteneciente al cantón y provincia de Loja. Es la comunidad más poblada, con alrededor de 879 habitantes que representa al 17% de la población total, de acuerdo a los datos publicados por el INEC (2010).

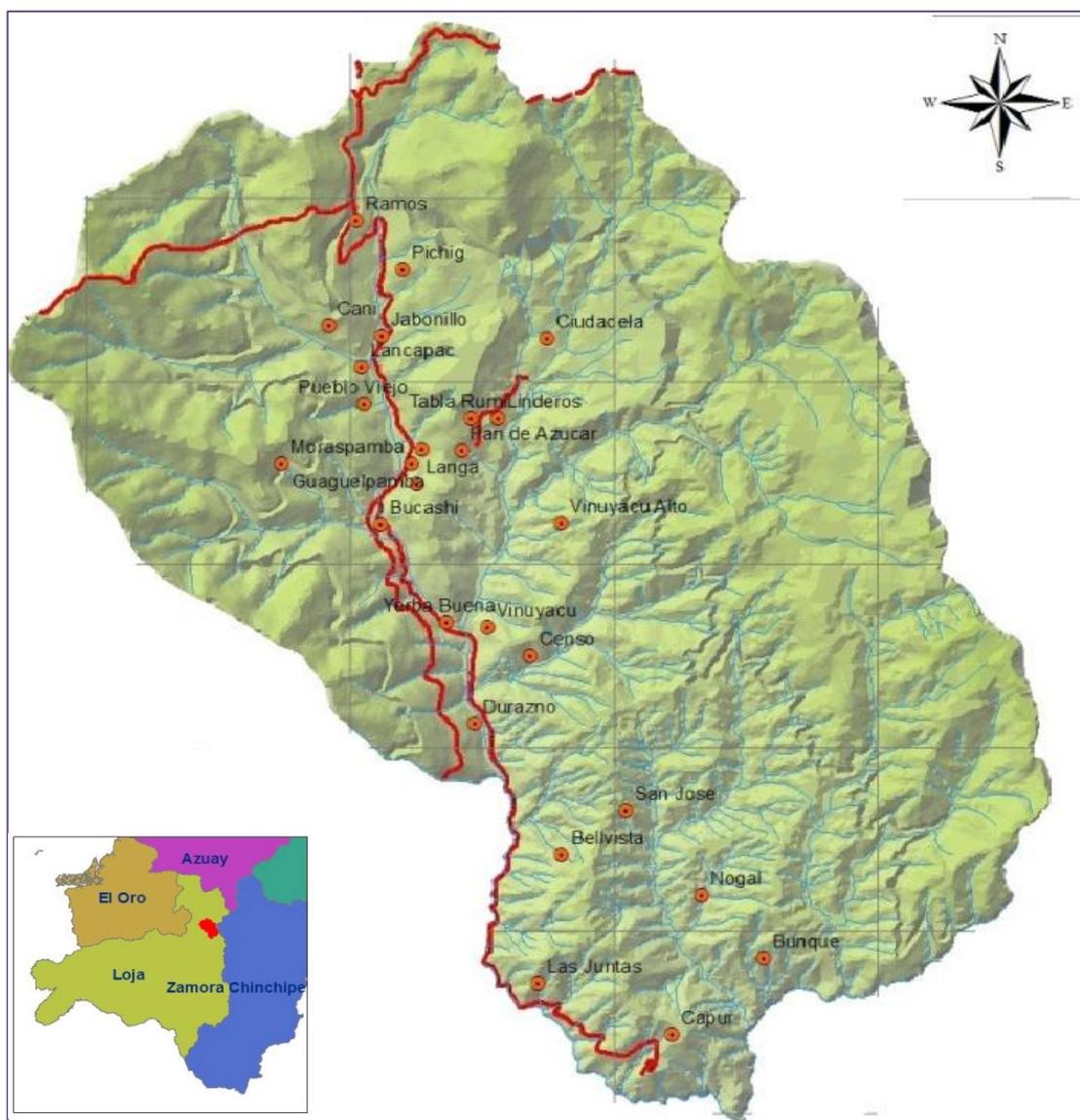
#### **2. Ubicación geográfica**

Según datos obtenidos por Quizhpe (2013), la ubicación geográfica de la comunidad de Pichig corresponde a:

**Latitud:** 9589684 N

**Longitud:** 692150 E

**Altitud:** 2634 m.s.n.m.



**Ilustración N° 1.** Mapa político de la parroquia San Lucas

**Fuente:** GADPSL, 2013.

### 3. Límites

La comunidad de Pichig limita:

Norte: Barrio Ramos

Sur: Barrio Jabonillo

Este: Comunidad de Ciudadela

Oeste: Comunidad de Cañi

#### **4. Características climáticas**

Los siguientes datos son tomados del GADPSL, 2013.

**Temperatura:** 14,65° C

**Precipitación promedio anual:** 1030,5 mm

**Humedad relativa:** 76%.

#### **5. Clasificación ecológica**

De acuerdo al Sistema de Clasificación de MAE (2012), en el sector sur de la cordillera occidental y oriental correspondiente a la comunidad de Pichig, las formaciones naturales corresponden a:

- Bosque siempreverde montano del sur de la cordillera occidental de los andes
- Bosque siempreverde montano del sur de la cordillera oriental de los andes
- Bosque siempre verde montano alto del sur de la cordillera oriental de los andes
- Herbazal bambusoide montano alto y montano alto superior de páramo (en Fierro Urcu, a 3.788 m.s.n.m.)

#### **6. Características del suelo**

En la zona existen dos tipos de suelo los del lado occidental denominados Dystropets y los del lado oriental Dystropets y Haplustaifs. Los suelos Haplustaifs, se encuentran en las áreas secas, con estación lluviosa definida, en relieves de inclinación ligera a moderada. En cuanto al relieve la zona, tiene pendientes muy escarpadas y superiores al 70%, pequeñas hondonadas con pendientes que oscilan entre 30 y 50% y áreas más planas de pendientes menores al 30%, características que hacen que estos suelos tengan limitaciones para realizar una agricultura a gran escala (GADPSL, 2013).

## **B. MATERIALES Y EQUIPOS**

### **1. Materiales**

Resma de hojas de papel bond, esferos, libreta de campo, CD, cartucho para impresora.

### **2. Equipos**

Computador, impresora, copiadora, cámara digital, memoriaflash2GB, GPS, pilas.

## **C. METODOLOGÍA**

El presente proyecto se desarrolló utilizando los métodos de: investigación participativa, aplicada y no experimental, usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo, a un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo, cuyos objetivos se cumplieron de la siguiente manera:

### **1. Primer objetivo: Evaluar el potencial interpretativo de las prácticas tradicionales para elaboración de textil**

Como primera actividad se realizó un taller de socialización comunitaria sobre el presente estudio de factibilidad del centro, para continuar con el diagnóstico situacional y evaluación del índice de potencialidad interpretativo basado en el inventario de los potenciales recursos interpretativos.

#### **a. Diagnóstico situacional**

Para llevar a cabo el análisis situacional, se realizó una visita de campo para la observación directa de la realidad de la comunidad. Este proceso de recopilación de información en fuente primaria estuvo respaldado por lo ya registrado en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San Lucas (2013). Para sistematizar la información, se tomó en consideración la metodología de diagnóstico estrella para procesos de planificación territorial, misma que considera cinco ámbitos de valoración inicial.

De acuerdo a la temática del presente estudio, en cada uno de los ámbitos se tratará con mayor énfasis los siguientes aspectos:

### **1) Físico espacial**

División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad), límites, vías de acceso.

### **2) Socio cultural**

Etnicidad (vestimenta), historia, población, migración, salud, combustibles utilizados.

### **3) Ecológico territorial**

Usos del suelo (zonas de pastoreo), identificación y descripción general de flora y fauna con énfasis en las plantas utilizadas para procesos de teñido de prendas.

### **4) Económico productivo**

Actividades económicas y productivas relacionadas a cría de ovejas, materia prima y tipos de textiles que se elaboran; desarrollo actual del turismo en la zona (inventario de atractivos turísticos), participación o interés de la población en el desarrollo del turismo.

### **5) Político administrativo**

Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones), asociatividad (organizaciones, ministerio de turismo, CTC), análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico e instituciones que trabajan en la zona.

### **b. Evaluación del potencial interpretativo**

Para la evaluación del potencial interpretativo de los recursos relacionados a la producción tradicional de textiles de lana de oveja se realizó inicialmente el inventario, análisis cualitativo y cuantitativo del potencial interpretativo; sumando a ello se realizó el análisis

de salvaguarda de los recursos, identificando de esta manera la situación actual en la que se encuentran debido al debilitamiento cultural en el campo de la transmisión de conocimientos y prácticas tradicionales en el tema textil; finalmente se realizó un análisis de las medidas de conservación y uso turístico necesarios para cada uno de los referidos recursos interpretativos.

### **1) Inventario de los recursos interpretativos**

Para el registro de inventario primero se identificaron los recursos interpretativos relacionados a la producción de textiles tradicionales (lavado y secado de lana, escarmenado, hilado, teñido, tejido de prendas). Luego se utilizó las fichas de revitalización cultural de AGRUCO, el mismo que fue llenado mediante talleres in situ y dirigidas por las personas que dominan el arte y que son conocidas dentro de la comunidad.

### **2) Índice de potencial interpretativo – IPI.**

#### **a) Análisis cualitativo**

El análisis cualitativo se realizó en relación a la medida en que las etapas de confección de las prendas textiles permitan la interacción turista – elemento interpretativo, contribuyendo a la generación de experiencias en base a una evolución constante entre el ver, tocar y hacer. Para esta valoración se utilizaron los siguientes parámetros:

- **Bajo:** posibilidad solo de ver
- **Medio:** posibilidad de ver y tocar
- **Alto:** posibilidad de ver, tocar y hacer

**Cuadro N° 1.** Análisis cualitativo para la interpretación de los recursos culturales

Nombre del recurso	Etapa (s) a interpretar	Potencial interpretativo		
		Bajo	Medio	Alto
Ejemplo: Poncho	Urdido		+	
	Tejido			+

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014

### b) Análisis cuantitativo

Para el análisis cuantitativo se utilizó la metodología propuesta por Morales y Varela (1986) para determinar el IPI, como base para generar una metodología de valoración destinado a los elementos interpretativos culturales. Para el desarrollo del mismo se hizo mención a 10 parámetros, más uno que ha sido insertado en relación a la predisposición comunitaria a mostrar el recurso. Además de ello, se presenta la descripción, categorías y condiciones de puntuación de cada parámetro en el Anexo 1. Los 11 parámetros que contiene la matriz son:

- Singularidad
- Resistencia al impacto
- Predisposición comunitaria a mostrar el recurso
- Accesibilidad
- Disponibilidad
- Afluencia actual
- Información disponible
- Pertinencia interpretativa
- Facilidad de auto-interpretarse
- Seguridad
- Adecuación

### 3) Análisis de salvaguarda

Para desarrollar el análisis de salvaguarda de los recursos interpretativos de cara a su aprovechamiento turístico, se utilizó el Instructivo para Fichas de Registro de Patrimonio

Inmaterial propuesto por el INPC (2011). Este instructivo considera la siguiente categorización:

**Cuadro N° 2.** Categorías a evaluar para salvaguarda de los recursos interpretativos

<b>Categorización</b>	<b>Situación actual</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Categoría 1</b>	Manifestación Vigente – MV	3
<b>Categoría 2</b>	Manifestación Vigente Vulnerable (Riesgo). MVV	2
<b>Categoría 3</b>	Manifestaciones Vigentes en la Memoria Colectiva pero no practicadas en la actualidad – MVMC	1

**Fuente:** Instituto Nacional de Patrimonio Cultural – INPC. 2011.

La descripción de cada una de las categorías se presenta a continuación:

**a) Categoría 1. Manifestación Vigente – MV**

En esta categoría se incorporarán las manifestaciones que cumplan con los siguientes criterios:

**i. Representatividad y reconocimiento comunitario y/o colectivo**

La manifestación tiene relevancia histórica y significación social; es valorada y reconocida por la comunidad o grupo detentor como un elemento que fortalece el sentimiento de identidad y el sentido de pertenencia. Los elementos que cumplan con el criterio antes mencionado se les asignarán una ponderación valorada en 3 puntos.

**ii. Transmisión intergeneracional y vigencia**

Los conocimientos, saberes, técnicas y prácticas inherentes a la manifestación se heredan de generación en generación. En este proceso continuo de transmisión de los saberes, los significados son recreados en función de los contextos sociales, económicos, políticos o culturales manteniéndose la vigencia y pertinencia de la manifestación para la comunidad o grupo detentor; es decir que se trata de una manifestación cultural viva o requiere de un proceso de revitalización. Los elementos que cumplan con el criterio antes mencionado se le asignaran una ponderación valorada en 3 puntos.

**b) Categoría 2. Manifestación Vigente Vulnerable (Riesgo) - MVV**

En esta categoría se incorporan las manifestaciones que se encuentran en estado de vulnerabilidad (riesgo) que cumplan los siguientes criterios:

**i. Representatividad y reconocimiento comunitario y/o colectivo**

La manifestación tiene relevancia histórica y significación social; es valorada y reconocida por la comunidad o grupo detentor como un elemento que fortalece el sentimiento de identidad y el sentido de pertenencia. Los elementos que cumplan con el criterio antes mencionado se le asignaran una ponderación valorada en 2 puntos

**ii. Fragilidad en el proceso de transmisión**

Detección de amenazas en la transmisión de conocimientos, saberes, técnicas o prácticas inherentes a la manifestación como: impactos externos, condiciones ambientales o económicas desfavorables, mínima presencia de detentores o portadores, entre otras. Los elementos que cumplan con el criterio antes mencionado se le asignaran una ponderación valorada en 2 puntos.

**c) Categoría 3. Manifestaciones Vigentes en la Memoria Colectiva pero no practicadas en la actualidad – MVMC**

En esta categoría se incorporarán las manifestaciones que cumplan los siguientes criterios:

**i. Representatividad y reconocimiento comunitario**

La manifestación tiene relevancia histórica y significación social; es valorada y reconocida por la comunidad o grupo detentor como un elemento que fortalece el sentimiento de identidad y el sentido de pertenencia. Los elementos que cumplan con el criterio antes mencionado se le asignaran una ponderación valorada en 1 punto.

## **ii. Memoria**

Las manifestaciones han perdido vigencia en la práctica pero se mantienen en la memoria colectiva. Los elementos que cumplan con el criterio antes mencionado se le asignaran una ponderación valorada en 1 punto.

## **4) Análisis de medidas de conservación y uso turístico de los recursos interpretativos**

En base a los resultados del análisis de salvaguarda para los elementos culturales a interpretarse, se consideró trascendente analizar e insertar las condiciones de uso turístico de cada una de los mismos, de acuerdo a lo manifestado por las personas que se dedican a la producción de textiles. Las variables de condición se detallan a continuación:

### **iii. Uso libre**

Hace referencia, si la comunidad colectivamente está dispuesta a convivir y compartir sus sistemas, conocimientos y prácticas ligados a la textilería, siempre y cuando no agredan a la integridad y formas de vida de la comunidad, donde los visitantes miren, convivan y compartan las experiencias vividas a sus semejantes, con miras al fortalecimiento y protección de los recursos y manifestaciones culturales relacionados a sus conocimientos ancestrales tradicionales que han permitido desarrollar sus destrezas en este arte y permanecer en conexión y armonía con todo lo que existente.

### **iv. Uso con permiso**

Si la comunidad colectivamente propone condiciones que los visitantes deben cumplir como: pedir autorización para la toma de fotografías y videos de los procesos y procedimientos referentes a la producción de textil.

### **v. Uso restringido**

Si la comunidad no está dispuesta a compartir sus sistemas, conocimientos y prácticas ancestrales.

## **2. Segundo objetivo: Determinar la viabilidad comercial**

Para el desarrollo del presente objetivo se procedió a determinar el perfil de la demanda turística nacional e internacional que visita la provincia, sumado a ello se definió la demanda potencial para los próximos 5 años. El análisis de la oferta turística fue realizado a nivel local parroquial y en agencias y operadoras turísticas de los cantones Loja y Saraguro. Los datos recopilados sirvieron de base para realizar la confrontación oferta - demanda.

### **a. Estudio de mercado**

#### **1) Oferta turística**

Para el análisis de la oferta se procedió a identificar los establecimientos que brindan servicios dentro de la localidad y en lo posterior se identificaron las operadoras de turismo existentes dentro del cantón Loja y Saraguro, a los cuales se les aplicó una encuesta para definir la oferta existente en relación a los paquetes turísticos que incluyen actividades o temas culturales, que a la vez permitirá analizar sobre actividades, servicios y precios, que estas instituciones ofrecen a sus clientes.

Para el cálculo de la oferta se tomó en cuenta el número de turistas que compraron paquetes en la Operadora de Turismo “Saraurku”, la misma que vende productos turísticos cuyas actividades se desarrollan en las comunidades miembros de la Red de Turismo Comunitario “Saraguro Rikuy”. Para el año 2013, los turistas demandantes fueron 1187 personas, de las cuales 608 (51%) son nacionales y 579 (49%) son extranjeros. La tasa anual de crecimiento evidenciado para el año 2012 – 2013 es del 4.2%. En base a los presentes datos estadísticos se procedió a proyectar la oferta futura para los próximos 5 años, utilizando la siguiente fórmula de interés compuesto.

$$Co = Cn(1 + i)^n$$

**En donde:**

Co= Años a proyectar (2013 - 2018)

Cn= Oferta actual (turistas)

i= Incremento anual de turismo (4.2%)

n= El año a proyectarse (1- 5)

**2) Demanda turística**

Para conocer el perfil de la demanda potencial se consideró la información generada por Quizhpe, T. (2013) misma que fue validada través de los siguientes criterios:

- Pertinencia con el objeto de trabajo
- Planteamiento metodológico
- Actualidad de datos
- Utilidad de datos

Para realizar el análisis del presente estudio se consideró los datos de afluencia turística referente al año 2013, disponible en la Unidad de Información Turística de Vilcabamba y la Ilustre Municipalidad de Loja. Según los datos estadísticos, un total de 7869 turistas se movilizaron dentro del cantón Loja, de los cuales 4307 corresponden a turistas nacionales y 3562 al segmento de turistas extranjeros.

Además, de acuerdo a las estadísticas publicadas por parte del Ministerio de Turismo referentes al año 2012 a 2013, la tasa de crecimiento anual del turismo interno es del 13% y el turismo receptivo circunda el 7.4%. En base a estos datos y la utilización de la fórmula de interés compuesto se obtuvo los valores proyectados de la demanda futura para pronosticar la afluencia turística en los próximos 5 años.

$$Co = Cn(1 + i)^n$$

**Dónde:**

Co= Años a proyectar (2013 - 2018)

Cn= Demanda actual (turistas nacionales y extranjeros)

i= Incremento anual de turismo (13% emisor, 7.4% receptor)

n= El año a proyectarse (1- 5)

### **3) Confrontación oferta – demanda**

Con la información recopilada acerca de la demanda turística existente en el cantón Loja y la oferta turística disponible por parte de la Red de Turismo comunitario “Saraguro Rikuy” para el año 2013, se realizó la confrontación oferta vs demanda, que a la vez permita determinar la demanda insatisfecha y la demanda objetivo que pretende captar el centro.

### **3. Tercer objetivo: Determinar la viabilidad técnica**

La viabilidad técnica fue determinada en base al estudio de la audiencia turística, comunitaria y del grupo de productores de textil de la localidad. En base a los datos recopilados se procedió al diseño del centro desde los ámbitos: conceptuales, infraestructura, áreas interpretativas, adecuaciones necesarias y museografía. Finalmente se procedió al diseño de la imagen corporativa y las estrategias de mercadeo.

#### **a. Análisis de audiencia**

Se realizó un análisis de audiencias considerando tres segmentos: turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón Loja, pobladores de la comunidad, y las personas que dedican mayor parte de su tiempo a la confección de textil tradicional de lana de oveja en la localidad. La información recopilada permitió seleccionar los métodos, tiempos, tópicos y localizaciones más apropiadas para la implementación del centro. Para el análisis de audiencia se procedió de la siguiente manera:

#### **1) Universos de estudio**

El primer universo de análisis comprende el total de turistas nacionales y extranjeros que durante el 2013 visitaron el cantón Loja según datos estadísticos que dispone el GADML.

El segundo universo de análisis abarca el total de la población local en edad de trabajar (PET), según datos estadísticos publicados (GADPSL, 2013).

El tercer universo de análisis corresponde al total de productores de textil de lana de oveja presentes y conocidos por los pobladores de la comunidad. Este segmento al estar

constituido por un total de 10 personas entre hombres y mujeres, la encuesta (Anexo 5) fue aplicada a la totalidad del mismo.

## 2) Muestra

Para el cálculo de la muestra del primero y segundo universo de estudio se aplicó la fórmula de Canavos (1998), misma que se detalla a continuación:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

### Dónde:

**n:** tamaño de la muestra

**N:** universo de estudio

**e:** margen de error o precisión admisible (5%)

**z:** nivel de confianza (1.64 – 95%)

**p:** probabilidad de ocurrencia (0.5)

**q:** probabilidad de no ocurrencia (0.5)

## 3) Recolección de datos

La herramienta utilizada para la recolección de datos de la audiencia turística y comunitaria, fue la encuesta, que estuvo diseñada de acuerdo a los objetivos de la investigación (Anexo N° 3 y 4), tomando en cuenta las variables geográficas, psicológicas y motivacionales, los mismos que estuvieron orientados a identificar las preferencias de la audiencia potencial.

## 4) Perfil de audiencias

Los datos recolectados fueron sistematizados en tablas y gráficos detallados, para en base un análisis de los mismos sea conformado un perfil que caracterizará a cada una de las audiencias.

## **b. Diseño del centro interpretativo**

### **1) Diseño conceptual**

#### **a) Objetivos**

Se definió los objetivos principales para el centro tomando en consideración la realidad socio cultural, ambiental y económico de la familia y la comunidad.

#### **b) Tamaño**

Se diseñó la distribución espacial del centro para el proceso de interpretación de cada una de las temáticas, considerando los siguientes parámetros.

- Orden del proceso de producción (Lavado de lana, hilado, tejido y tinturado)
- Medios interpretativos (demostraciones interpretativas y visitas directas a los productores)

#### **c) Localización**

Se describió la ubicación exacta del área de emplazamiento considerando los siguientes parámetros:

- Intereses de la audiencia comunitaria (sendero textil y enseñanza – aprendizaje desde los textileros hacia las personas interesadas)
- Intereses de los productores de textil (predisposición de enseñanza desde sus propios espacios y recibir al turista en sus hogares para compartir con ellos su forma de vida)
- Intereses de la audiencia (Intereses en torno a los servicios del centro y tiempo disponible para la visita)

#### **d) Descripción**

Se establecieron las áreas interpretativas, temáticas y descripción del desarrollo de los servicios interpretativos, en torno a los principios, cualidades del proceso de interpretación del patrimonio.

#### **e) Valor agregado**

Se realizó la inclusión de características y servicios que diferencien los servicios ofertados por el centro, de otros que ya se encuentran ofertándose en el mercado turístico, tomando en consideración las costumbres ancestrales en el trato al visitante, el compartir de la comida y el detalle o regalo para llevarlo consigo.

### **2) Evaluación de la infraestructura**

Debido a que ya se dispone del espacio para la implementación del centro se procedió a realizar una inspección de la infraestructura destinada para este proyecto, haciendo un registro textual y fotográfico referente a lo siguiente:

- Áreas y dimensiones
- Estado arquitectónico: dimensiones, materiales de construcción y estados de conservación.
- Imagen arquitectónica
- Capacidad de acogida de la infraestructura
- Vías de acceso
- Servicios básicos

### **3) Áreas que conforman el centro**

En base a la información obtenida de la demanda insatisfecha, y el análisis de las audiencias, connotaciones y etapas del proceso interpretativo de la producción textil se definieron las áreas mínimas como: administración y recepción, tienda artesanal, alimentación, producción textil en makana y área de producción textil en telar.

#### **4) Adecuaciones necesarias para el centro**

En base a la distribución de las áreas de producción y operación, se procedió a realizar un inventario de los equipos e instrumentos necesarios para cada una de las mismas y para la infraestructura en general, el mismo que servirá de insumo en el presupuesto para la implementación del centro.

#### **5) Museografía del centro**

Posterior a la definición de áreas y adecuaciones, se procedió al diseño de medios interpretativos, para lo cual se hizo referencia a los resultados del estudio de audiencia turística en lo referente a los medios interpretativos de preferencia para el turista. El diseño de los medios interpretativos considera los siguientes parámetros:

- Leyendas
- Tipología del Texto
- Medios
- Materiales
- Diseño estructural
- Costos

#### **c. Imagen corporativa**

La imagen corporativa fue planteada en base a los siguientes parámetros:

- Resultados del potencial interpretativo
- Objetivos del centro interpretativo

#### **d. Estrategias de mercadeo**

En base a los datos obtenidos en el análisis de audiencias se identificaron los nichos de mercado, canales de comercialización y se plantearon estrategias de mercadeo en base al marketing mix (producto, precio, plaza y promoción) para la implementación del centro.

#### **4. Cuarto objetivo: Determinar la viabilidad administrativa y legal**

Para determinar la viabilidad administrativa legal del centro se tomó en consideración los siguientes pasos:

##### **a. Modelo de gestión interna del centro**

Este modelo considera los siguientes parámetros:

- Organigrama estructural
- Organigrama funcional
- Personal necesario para la operación del centro
- Manual de funciones
- Manual de procedimientos
- Reglamento interno

##### **b. Modelo de gestión externa del centro**

Establecer puentes de coordinación y cooperación entre el centro y la comunidad dentro del reglamento interno, en base a los siguientes parámetros:

- Fortalecimiento de los conocimientos y prácticas textiles
- Fortalecimiento del idioma
- Fortalecimiento de la tradición oral en todos los campos
- Fortalecimiento de los saberes en el campo de la producción agrícola
- Fortalecimiento de los saberes entorno a la medicina tradicional
- Cuidado y respeto a la vida

##### **c. La viabilidad legal**

Para definir la personería jurídica del centro, se analizó las leyes presentes en la Constitución de la República del Ecuador y la ley de Economía Social y Solidaria.

## **5. Quinto objetivo: Determinar la viabilidad socio - cultural**

Para el cumplimiento del presente objetivo se utilizó como base la metodología propuesta por Lago, L. (2003) para la evaluación de impactos socio ambiental (Anexo N° 7), el mismo que fue tomado como base para estructurar una matriz de evaluación de impactos socio culturales. Los parámetros considerados son los siguientes:

- Componente: cultural, socioeconómico y ambiental
- Actividades según etapas: implementación, operación y post operación.
- Impactos
- Criterios de evaluación

## **6. Sexto objetivo: Determinar la viabilidad económica y evaluación financiera**

Para visualizar la rentabilidad económica en torno a la inversión y el nivel de beneficios por ventas que generaría el centro, se realizó el siguiente estudio económico y financiero:

### **a. Estudio económico**

Para elaborar el estudio económico se tomó en consideración los siguientes parámetros:

- Inversiones por áreas
- Fuentes y usos del proyecto
- Depreciación de activos fijos
- Amortización de activos diferidos
- Estructura de costos para la vida útil del proyecto
- Estructura de ingresos
- Estado de resultados
- Cálculo de flujo de caja

**b. Estudio financiero**

A través del análisis financiero se definieron los beneficios y costos estimados del proyecto, los mismos que sirven como punto de partida para saber si es recomendable su implementación y operación. Para ello se calcularon los siguientes indicadores financieros:

- Valor actual neto (VAN)
- Tasa interna de retorno (TIR)
- Relación beneficio-costos (B/C)
- Tiempo de recuperación de la inversión.

## **V. RESULTADOS**

### **A. POTENCIAL INTERPRETATIVO DE LAS PRÁCTICAS TRADICIONALES PARA ELABORACIÓN DE TEXTIL**

#### **1. Diagnóstico situacional**

##### **a. Físico espacial**

###### **1) División política administrativa:**

La comunidad de Pichig, está ubicada en la parroquia San Lucas del cantón Loja. Loja es una de las provincias del Ecuador que forman parte de la región sur, misma que está compuesta por 16 cantones, dentro de los cuales se encuentran: Alamor, Catamayo, Celica, Chaguarpamba, Espíndola, Gonzanamá, Macará, Olmedo, Paltas, Pindal, Puyango, Quilanga, Sozoranga, Zapotillo, Saraguro y Loja. Este último tiene una extensión de 1.869 Km<sup>2</sup> mientras que San Lucas, una de las 14 parroquias del cantón tiene una extensión de 160,11 km<sup>2</sup> lo que representa el 9% de la superficie total. Está ubicada a 55 km de la ciudad de Loja y se encuentra atravesada de norte a sur por la vía panamericana, la que une a Loja con la vecina provincia del Azuay. Solamente las comunidades de Capur, y Pichig tienen acceso directo a esta vía.

La parroquia San Lucas, se encuentra política y administrativamente estructurada por 27 centros poblados rurales: La Cabecera Parroquial de San Lucas, Cañi, Ciudadela, Yerba Buena, Bellavista, Bunque, Capur, Censo, Vinoyacu Bajo, Durazno, Las Juntas, San José, Vinoyacu Alto, Linderos, Nogal, Pueblo Viejo, Puruzuma, Ramos, Morospamba, Guaguel-pamba, Jabonillo, Bucashi, Lancapac, Langa, Tabla Rumi, Pan de Azúcar y Pichig.

## 2) Límites:

La comunidad de Pichig limita:

Norte: Barrio Ramos

Sur: Barrio Jabonillo

Este: Comunidad de Ciudadela

Oeste: Comunidad de Cañi

## 3) Servicios básicos y vías de acceso en la comunidad de Pichig

La comunidad se encuentra atravesada de la vía Panamericana, la cual ha permitido comercializar con mayor facilidad sus productos agrícolas y pecuarios a las zonas de venta local, cantonal y provincial y nacional como es el caso de la materia prima para elaboración de instrumentos musicales de viento, como zampoñas, flautas y rondadores.

**Cuadro N° 3.** Servicios básicos y vías de acceso

<b>Facilidades</b>	<b>Características</b>	<b>Localización</b>
<b>Vías de acceso</b>	Primer orden	Loja – Cuenca.
	Segundo orden	Zona del barrio Acacana, junto a la Escuela Rumiñahui
<b>Servicios básicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Luz eléctrica</li> <li>- Agua entubada</li> <li>- Cobertura celular móvil</li> <li>- Internet</li> </ul>	Instalaciones del proyecto

**Fuente:** GADPSL, 2013.

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

## b. Socio cultural

### 1) Etnicidad

La población del barrio está conformado por nativos de la cultura Saraguro de la nacionalidad quichua, quienes de acuerdo a la historia son mitmakunas, descendientes del altiplano Boliviano, que en la época incaica migraron hasta el sur del Ecuador.

Su vestimenta tradicional era totalmente confeccionada de lana de oveja, en base a una labor familiar (abuelos, padres, hijos), para la crianza de ovejas, trasquilar, lavar la lana, hilar, teñir, tejer y la distribución para el uso y cuidado de las prendas elaboradas. En la actualidad la mayoría de sus prendas son confeccionadas de orlón.

Hace 50 años atrás aun las personas nativas de la cultura Saraguro, utilizaban su vestimenta totalmente de lana, la misma que constaba de lo siguiente:



**Ilustración N° 2.** Vestimenta de la cultura Saraguro

### ➤ Traje masculino

Aunque en la actualidad la vestimenta del varón Saraguro ha sufrido mayores cambios que el de la mujer, en esta ocasión se hace mención al traje natural de lana utilizado por los mayores, como: Pantalón pacha, zamarro, cushma, cinturón de cuero con perillas de plata, poncho fino negro, alforja, sombrero de lana.

### ➤ Traje femenino

Sombrero de lana, sarcillos de plata con filigrana, blusa o camisa de cualquier color, con bordados número ocho, hualcas de colores, bayeta de lana con tupu y cadena de plata, jullera de lana con bordados en el extremo inferior y en caso de ser saraza adornado con

cintas y tela de colores vistos, anaco con prensas, faja o chumpi de colores entre rosado, verde, lacre, siempre acompañado con el color blanco.

## 2) Historia

Según Pío Jaramillo Alvarado citado en GADPSL (2013), se relata lo siguiente; “la belicosidad de la Tribus Paltas de la Provincia de Loja, conocidos por su bravura, aguerridos guerreros y defensores de su territorio ante la inminente conquista y expansión incásica, obligó a estos últimos a establecer la colonización mitimaes de los Saraguros”, desde entonces la etnia Saraguro se halla asentada en la parte norte de la Provincia de Loja. Es así que dada la importancia de la provincia de los Paltas, los reyes Incas en el tiempo de su reinado habían mandado a construir los tambos, que eran utilizados como postas de correo y de descanso del rey y sus gobernantes; estos aposentos de piedra cruzaban todo el territorio de los Paltas, de ahí que Pedro Cieza de León en su informe sobre la provincia de Loja, señala, que partiendo del aposento de las piedras comienza una montaña no muy grande, aunque muy fría que dura poco más de 10 leguas, al fin de la cual esta otro aposento que tiene por nombre Tambo Blanco (Comunidad de Ciudadela – Parroquia San Lucas), territorio que para aquel entonces ya estaba ocupado por los Saraguros.

Desde principios de la Colonia los Saraguros fueron una de las pocas etnias que recibió Cédula Real, asignándoles la propiedad de sus tierras por lo que se mantuvo libre ante el yugo del sistema de haciendas, lo que permitió a los Saraguros el desarrollarse como campesinos parcelarios, independientes y afirmados en su propia cultura. A cambio de la Cédula Real que les asignaba la propiedad de sus tierras, los Saraguros tenían la responsabilidad de cuidar y mantener parte del camino entre Cuenca y Loja. Para ello en Saraguro se instaló un Tambo (lugar de acogida y abastecimiento).

Esta etnia en los actuales momentos está poblando diferentes regiones de la parte sur del Ecuador, en la región interandina o sierra y en la región oriental o amazónica. En la Sierra, la población se localiza en la parte norte de la provincia de Loja, hasta los límites con la provincia del Azuay, teniendo como centro la ciudad de Saraguro en el cantón del mismo nombre. En la Amazonía la población se localiza en Yantzaza, valle del Río Yacuambi y valle del Río Nangaritzza de la provincia de Zamora Chinchipe. Esta localización en la Amazonía, proveniente de Saraguro, se dio a finales del siglo XIX.

No se han realizado registros de la historia de la comunidad de Pichig, sin embargo, para su creación y reconocimiento legal, fue registrada como comunidad Pichikra, el 18 de enero del año 2002, con acuerdo ministerial N<sup>o</sup> 022. Para este fin de registro, el nombre de la comunidad se derivó del nombre de los barrios que lo conforman, como son: Pichig, Chinchal, Ramos y Acacana (Registros impresos del cabildo Pichig 2013).

### **3) Población**

De acuerdo a los datos estadísticos registrados por el GADPSL (2013), la comunidad de Pichig cuenta con 830 habitantes, un aproximado de 202 familias; en ellas el 82.63% de los jefes de hogar son hombres y el 17.37% son mujeres, el promedio de hijos que tiene una familia es de 4 hijos, se observa también que en algunas viviendas habitan más de una familia. La comunidad representa el 17% de la población total de la parroquia San Lucas, entre los cuales tenemos 381 hombres y 429 mujeres.

A nivel parroquial la población en edad para trabajar (PET - mayores de 10 años y menores a 64) es de 66,10% mientras que la población económicamente activa es de 63,97%. En la comunidad de Pichig el PET es 549, mientras que 351 personas forman parte la PEA.

### **4) Profesión u ocupación**

A nivel de educación académica el GADPSL (2013) da a conocer lo siguiente:

- A nivel de la parroquia se registra un 7,04% de analfabetismo.
- Las líneas de profesionalización son: ciencias de la educación, químicos, agrónomos, veterinarios, contadores, analistas de sistemas, abogacía.
- La migración a nivel parroquial es del 0,02%, a nivel general, sin embargo parte de este total han salido en busca de empleo, hacia los EE.UU y España, mientras la migración interna ha sido causada mayormente por motivos académicos.
- En la actualidad también existen enclaves de carácter permanente o temporal por razones de estudio y/o trabajo de Saraguros en otras provincias del Ecuador. Son los casos de Cuenca, Vilcabamba y Loja.

## **5) Servicios básicos disponibles**

### **a) Agua**

La totalidad de los pobladores de la comunidad tienen acceso al servicio de agua entubada que proviene de vertientes de las faldas del cerro Acacana y Fierro Urku, zonas altas que circundan el territorio parroquial.

### **b) Energía**

La totalidad de las familias de la comunidad tienen acceso al sistema de energía eléctrica.

### **c) Alcantarillado**

No se cuenta con la red de alcantarillado y tan solo el 20% de la población dispone de letrinas que desembocan en pozo séptico y otros los desechan a las quebradas provocando su contaminación.

### **d) Recolección y tratamiento de desechos**

El manejo de residuos sólidos se lo realiza mediante la recolección; servicio que es brindado por el Gobierno Autónomo Municipal de Loja, actividad que se realiza únicamente los días sábados tanto en el centro parroquial y la vía principal en donde hay contenedores para depositar la basura por los comuneros. La comunidad de Pichig también dispone del servicio de recolección.

## **6) Vivienda**

### **a) Tipo y características**

En la comunidad las casas tradicionales son construidas con paredes de adobe y cubierta de teja, sin embargo en la actualidad el 8% de las construcciones se vienen realizando con paredes de ladrillo, bloque y cemento con cubierta de teja o eternit.

## **b) Propiedad**

En relación a la tenencia de la vivienda a nivel parroquial el 55,3% de los hogares poseen viviendas propias y totalmente pagadas; el 1,2% tiene viviendas propias y la están pagando; el 26,1% de los hogares tienen viviendas propias por posesión o heredadas; otro 16% tienen viviendas prestadas; el 0,2% tiene viviendas para uso de servicios y el 1,3% cuentan con viviendas arrendadas.

## **7) Equipamiento de servicio social y comunitario**

Se dispone de una cancha deportiva y el terreno proyectado para construir el estadio. También la casa comunal y una casa convento de la comunidad religiosa Las Marianitas; un cementerio y una capilla en la cabecera comunal.

## **8) Salud**

En la comunidad de Pichig se dispone de un puesto de salud con atención de lunes a viernes de 08:00 am a 04:00 pm. Las enfermedades más comunes en la parroquia son las que tienen que ver con parasitosis y desnutrición.

## **9) Educación**

### **a) Infraestructura educativa**

En la comunidad de Pichig, se encuentra ubicada la Unidad Educativa “Rumiñahui” con actividades académicas en la mañana y en la tarde. La presencia de la unidad educativa ha permitido que las niñas, niños, jóvenes y personas adultas continúen con sus estudios y terminen el bachillerato, por lo que algunas madres de familia se encuentran estudiando junto a sus hijos.

### **b) Docencia y estudiantado**

Para la atención educativa a 175 estudiantes de la Unidad Educativa, se predispone de 14 docentes, que proporcionalmente son de la comunidad Pichig, cabecera parroquial de San

Lucas y la ciudad de Loja; hombres y mujeres tanto hispanas y kichwa hablantes jóvenes como adultos.

### 10) Medios de transporte

Actualmente están conectados con la cabecera cantonal y provincial a través de las rutas de la cooperativa de transporte interprovincial, nacional e internacional: Loja, Santa, Viajero, San Luis y todas las rutas que salen de la ciudad de Loja con destino a Cuenca, estas rutas atraviesan la cabecera parroquial convirtiendo a San Lucas en una parroquia de paso, apta para el comercio, además esta ubicación facilita la transportación de productos y traslación de la población hacia diferentes destinos.

Además existen dos compañías de transportes mixtos legalmente constituidos: Inca Ñan y Achik Ñan, haciendo más fácil el transporte y mejorando el traslado y comercialización de productos agropecuarios de las zonas rurales a las ciudades de Loja y Saraguro.

Las personas que desean llegar a la cabecera parroquial de San Lucas y sus comunidades debe trasladarse desde Loja, en las cooperativas de transporte que se dirigen a las ciudades del norte, como: Saraguro, Cuenca y Quito. Para trasladarse de San Lucas a Loja, deben ocupar el servicio de transporte de las mismas cooperativas, pues ellos disponen de horarios coordinados de partida accesibles cada 30 a 60 minutos.

#### a) Ruta: Loja - San Lucas - Loja

**Cuadro N° 4.** Servicios de cooperativas de transporte interprovincial

Nombre de la empresa	Tipo	Capacidad	Precio
Cooperativa de transportes Santa	Bus	38 a 40	\$ 1
Cooperativa de transportes Viajeros	Bus	40	\$ 1
Cooperativa de transportes Loja	Bus	40	\$ 1
Cooperativa de transportes San Luis	Bus	40	\$ 1
Cooperativa de transportes Sur Oriente	Bus	38	\$ 1
Cooperativa de transportes Cariamanga	Bus	40	\$ 1

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

### **11) Comunicación**

Los pobladores de la comunidad tienen acceso a redes inalámbricas de internet, celular, telefonía fija, canales de televisión y radio.

### **12) Combustibles utilizados**

En los hogares se utiliza la leña como combustible alternativo y el gas de manera habitual para la preparación de los alimentos.

### **13) Abastecimiento de productos**

La gente de la comunidad adquiere sus productos de primera necesidad, movilizándose al centro poblado de Saraguro, ubicado a 18 km vía al norte; o, en la ciudad de Loja, 46 km vía al sur.

### **c. Ecológico territorial**

La parroquia San Lucas posee una vegetación privilegiada de bosque húmedo montano bajo y bosque muy húmedo montano, siendo estos de tipo primario y secundario.

Entre las especies en peligro se encuentran: Cinchona (*Cinchona officinalis L*), Podocarpus (*Podocarpus aleifolius*), Arrayán (*Eugenia sp*) y Laurel (*Laurus nobilis L*).

El bosque primario, que cubre el 54% de la superficie de la parroquia San Lucas, es diverso, multiestratificado con árboles de hasta 18 m de altura; el 41% del territorio está dedicado a zonas de pastoreo, mientras que el 5% está dedicado a la agricultura.

San Lucas se encuentra según la Clasificación Bioclimática y Ecológica del Ecuador en una zona Templada Lluviosa a Seco, los meses de mayor temperatura son los meses de octubre a diciembre, aunque el mes menos caluroso con 9,2°C es el mes de noviembre. Presenta mayor cantidad de precipitación a partir de febrero a abril; siendo marzo el mes de mayor precipitación (162,0 mm); la precipitación disminuye desde mayo a septiembre, siendo el mes con menor precipitación septiembre con un promedio de 36.3 mm; la precipitación media anual es 85.9 mm/año. Tiene un clima templado húmedo y posee

pendientes muy escarpadas y superiores al 70%, pequeñas hondonadas con pendientes que oscilan entre 30 y 50% y áreas más planas de pendientes menores al 30%.

El potencial de los suelos de la parroquia San Lucas en general, es bastante aprovechable, pueden ser aptos para riego y cultivarse en forma intensiva hortalizas y frutales.

Es una zona catalogada desde el punto de vista ecológico, como áreas de bosque amenazadas que conservan especies endémicas y nativas, además son consideradas áreas susceptibles a los deslizamientos. La mayoría de las zonas de cobertura natural u originales han sido transformadas a zonas de pastoreo y cultivos agrícolas; poseen un estado de conservación bueno a regular.

## 1) Fauna

### a) Fauna doméstica

**Cuadro N° 5.** Fauna doméstica

<b>Familia</b>	<b>Nombre científico</b>	<b>Nombre común</b>	<b>Beneficios</b>
Bovidae	<i>Bos taurus</i>	Vaca	- Abono para la producción agrícola - Mejoramiento del pasto
Camelidae	<i>Llama glama</i>	Llamas	- Abono y lana
Bovidae	<i>Ovis orientalis aries</i>	Oveja	- Abono para la chacra - Carne para el consumo familiar - Uso de la lana para curaciones y confección de prendas de vestir
Fasiánidas	<i>Gallus gallus</i>	Gallinas	- Carne y huevos
Suidos	<i>Sus scrofa domestica</i>	Chanchos	- Abono y carne
Équidos	<i>Equus caballus</i>	Caballos	- Como medios de transporte y carga
Ápidos	<i>Apis mellifera</i>	Abejas	- Productos de colmena para consumo familiar y venta - Mejora la producción de frutales - Uso de apitoxina en tratamientos para la salud

**Fuente:** GADPSL, 2013.

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

## b) Mamíferos silvestres

**Cuadro N° 6.** Mamíferos silvestres

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
Didelphidea	<i>Didelphis marsupiales</i>	Guanchaca
Felidae	<i>Felis concolor</i>	Puma
Tapyridae	<i>Tapirus pinchaque</i>	Danta
Eretriizoidae	<i>Coendou bicolor</i>	Puerco espin
Cervidae	<i>Mazama americana</i>	Venado
Canidae	<i>Pseudalopex culpaeus</i>	Lobo
Sciuridae	<i>Sciurus granatensis</i>	Ardilla
Agoutidae	<i>Agouti taczanowskii</i>	Sacha cuy
Leporidae	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Conejo silvestre
Ursidae	<i>Tremarctos ornatus</i>	Oso de anteojos

**Fuente:** GADPSL, 2013.

**Elaborado por:** Quizhpe. T. 2014.

## c) Avifauna

**Cuadro N° 7.** Avifauna

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
Cracidae	<i>Penelope barbata</i>	Pava Barbada
Columbidae	<i>Columba faciata</i>	Torcaza
Columbidae	<i>Columba sp.</i>	Paloma
Emberizidae	<i>Zonotricha capensis</i>	Chingolo
Turdidae	<i>Turdus fuscater</i>	Mirlo grande
Columbidae	<i>Columba plúmbea</i>	Paloma
Falconidae	<i>Falco spaverius</i>	Quililico
Falconidae	<i>Phalcoboenus carunculatus</i>	Curiquingue
Ramphastidae	<i>Andigena hypoglauca</i>	Tucan andino
Cardinalidae	<i>Pheucticus chrysogaster</i>	Wiracchuru, chugo
Picidae	<i>Centurus aurifrons</i>	Carpintero real

**Fuente:** GADPSL, 2013.

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

#### d) Herpetofauna (anfibios y Reptiles)

##### Cuadro N° 8. Herpetofauna

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
Leptodactylidae	<i>Pristimantis riveti</i>	NC
Hemiphractidae	<i>Gastrotheca sp</i>	NC
Gymnophthalmidae	<i>Pholidobolus annectens</i>	NC

**Fuente:** GADPSL, 2013.

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

#### 2) Flora silvestre y doméstica útil para procesos de tinturado

Las especies de flora, silvestres y domésticas aquí registradas son las utilizadas comúnmente para el tinturado, sin embargo debemos mencionar que cada oportunidad surgen nuevos experimentos con otras especies de plantas que solas o en combinación con otras, generan distintos colores.

##### a) Descripción del Rambran o Aliso

Familia: Betulaceae

Nombre científico: *Alnus jorullensis*



Árbol maderero que es plantada o crece de manera silvestre. Está presente en las zonas pobladas y montañosas.

La corteza es utilizada para obtener tinta de color marrón; mientras que sus hojas son comúnmente utilizadas para sanar golpes y dolores tanto de cabeza como musculares.

### b) Descripción del Tocte o Nogal

Familia: Juglandaceae

Nombre científico: *Juglans regia*



Árbol domestico maderero, presente en las zonas pobladas. Su fruto es consumido como alimento para el cerebro. La corteza del tallo, hojas y fruto son utilizadas para obtener tinta de color café en todas sus tonalidades y el color negro. Las hojas son comúnmente utilizadas para bañar a los niños pequeños que presentan debilidad en los huesos y articulaciones y en caso de tratamiento de enfermedades producidas por el frio.

### c) Descripción del Piñán

Familia: Coriariaceae

Nombre científico: *Coriaria thymifolia*



Arbusto que crece en estado silvestre, generalmente cerca a los caminos y carreteras.

Su fruto en racimos es utilizada para teñir hilo de color plomo, morado y azul marino.

No tiene utilidad medicinal identificada.

### d) Descripción de la Burabura

Familia: *Hypericaceae*

Nombre científico: *Hypericum laricifolium* Juss.



Arbusto silvestre, generalmente presente cerca del agua o en lugares húmedos, en la montaña.

Las ramas con sus hojas son utilizadas para obtener un tinte de color amarillo claro.

No tiene utilidades medicinales identificadas.

### e) Descripción del Laurel

Familia: Lauraceae

Nombre científico: *Laurus nobilis*



Árbol maderero silvestre, presente cercano a las zonas pobladas y montañosas. Sus hojas y corteza son utilizados para extraer un tinte que solo o en combinación con el nogal generan colores café amarillento y marrón.

### f) Descripción del Sauco negro

Familia: Solanaceae

Nombre científico: *Cestrum peruvianum*



Arbusto silvestre o doméstico. Se lo encuentra siempre en los contornos de los pastizales.

Sus hojas son utilizadas para extraer la tintura de color verde aceituna.

Sus hojas también son utilizadas para preparar baños frescos como desinflamante; de uso externo.

### g) Descripción de la Tigna

Familia: Asteraceae

Nombre científico: *Baccharis genistelloides*



Hierba silvestre, propia de las ciénagas en la montaña.

Sus hojas proporcionan un tinte color verde claro.

Esta misma parte de la planta, es útil para tratamientos desinflamantes y depurativos.

## h) Descripción del Matico Morado

Familia: Lamiaceae

Nombre científico: *Salvia ochrantha*



Arbusto doméstico, típico de zona templada.

Sus hojas y flores proporcionan un tinte color verde aceituna. En la medicina es útil para tratamientos como descongestionante de las vías urinarias.

## i) Descripción de Nachik o Ñachak

Familia: Asteraceae

Nombre científico: *Bidens humilis*



Hierba típica de las zonas de pastoreo. Para teñir se utilizan las flores, las cuales proporcionan un tinte color amarillo como sus pétalos gracias al colorante llamado luteína. En el campo de la medicina, las flores y hojas tienen un alto poder para sanar el tabardillo, golpes, contusiones, colerín y afecciones del hígado.

## j) Descripción de la Llama o Ayaramos

Familia: Iridaceae

Nombre científico: *Orthrosanthus chimboracensis*



Hierba silvestre común en las zonas montañosas.

Es el fruto de esta planta el cual contiene el tinte color marrón, café y negro. Los frutos están presentes en los meses de febrero y marzo.

Se utiliza para tratar afecciones indeterminadas como el dolor de piernas en los niños.

### k) Descripción del Musgo o Rabo de Mono

Familia: Lycopodiaceae

Nombre científico: *Lycopodium clavatum L.*



Musgo común en las zonas de bosque secundario en las zonas montañosas. Toda la planta contiene un tinte color verde claro.

Usos: En la medicina se usa para tratar afecciones luego del parto, la infusión se usa para tratar enfermedades del riñón, y las esporas para cicatrizar heridas, grietas y comezón de la piel. Las esporas se usan en la preparación de bengalas ya que son inflamables y explosivas.

### l) Descripción del Uka Uyuyo, Sanja Chulku

Familia: Oxalidaceae

Nombre científico: *Oxalis lotoides Kunth*



Hierba no tan común, pero presente en las cercas de piedra.

Del tallo succulento se obtiene un líquido agrio utilizado como mordiente al teñir.

Por su sabor agrio agradable los niños y niñas chupan sus tallos. La planta se usa como forraje para animales.

El tallo es efectivo para limpiar objetos de plata porque contiene oxalato de calcio. Se le atribuyen propiedades astringentes. Se usa contra las caries. También se usa para evitar las recaídas y para tratar la inflamación de las amígdalas.

### m) Descripción de la Chilca

Familia: Compositae

Nombre científico: *Baccharis floribunda*



Arbusto silvestre muy común en la zona; utilizada comúnmente como alimento para los cuyes.

Milenaria planta tintórea que fue utilizada para obtener variedad de colores como: amarillos y verdes.

Muy apreciada en la medicina, por sus propiedades antiinflamatorias y antireumáticas.

### n) Descripción del Gulag o Lengua de Vaca

Familia: Polygonaceae

Nombre científico: *Rumex obtusifolius*



Hierba silvestre muy común y más bien identificada como maleza.

Sus hojas machacadas dejan a sumir su tinte de color verde y amarillo. No se han identificado propiedades medicinales.

## d. Económico productivo

Actividades económicas y productivas relacionadas a cría de ovejas, materia prima y tipos de textiles que se elaboran; desarrollo actual del turismo en la zona (inventario de atractivos turísticos), participación o interés de la población en el desarrollo del turismo.

### 1) Actividades económicas

- El sector primario de la economía local se centra en la ganadería y la agricultura de subsistencia en un 62,55%, seguido por la construcción (10,07%), no declarados (8,81%), industrias manufactureras (3,9%), enseñanza (3,6%) y comercio (3,09%).

- La producción agrícola es caracterizada por el cultivo de: verduras, tubérculos, leguminosas, gramíneas y frutales, misma que es destinada en un 80% para gasto familiar.
- Cada familia tiene de 20 a 80 cuyes, en menor porcentaje conejos y gallinas, lo cual es utilizado en mayor porcentaje para el consumo en momentos festivos y ritualísticos a nivel familiar y comunitario.

#### **a) Ganado vacuno**

- El número de cabezas de ganado bovino por productor varía de 5 a 15 de los cuales se obtiene leche para la elaboración de productos como: quesillo y quesos, además se vende el ganado "en pie".
- La mayoría de terrenos en este sector ocupan en promedio 10 ha para pastoreo de ganado y media hectárea se destina a la agricultura.

#### **b) Ganado ovino**

- Las familias crían entre 4 a 15 ovejas de las cuales se obtiene: carne, abono y lana empleada en la elaboración de artesanías y vestimenta. Todas las personas dedican parte de su tiempo al hilado y tejido de textiles de lana de oveja para uso familiar y el comercio.
- Quienes se dedican a hilar son exclusivamente las mujeres, sea en horas de la mañana, la tarde, o mientras camina, espera o asiste a reuniones comunitarias.
- En su gran mayoría hila para elaborar las prendas de uso familiar como: bayetas, cobijas, ponchos y zamarros.
- En la comunidad de Pichig las personas más conocidas en hilado y tejido de prendas de lana de oveja, como actividad de ingreso económico alternativo, son:

**Cuadro N° 9.** Personas dedicadas a la producción de textiles de lana

<b>Nombres y apellidos</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Producto que elabora</b>
Asunción Minga	Barrio Acacana	Hilado de lana en todas las calidades desde el delgado al grueso.
Asunción Tene	Barrio Acacana	Hilado, tinturado de prendas de lana en anilina.
Angelita Guayllas	Barrio Acacana	Hilado de lana en todas las calidades desde el delgado al grueso.
Angelita Saca	Barrio Pichig	Hilado fino y teñido de prendas de vestir de lana de oveja.
Manuel Zhunaula	Barrio Pichig	Tejido de prendas finas como: ponchos, cushmas, zamarros, pantalones pacha, anacos y bayetas
Rosa Medina	Barrio Pichig	Tejido de fajas de la china
Victoria Tene	Barrio Pichig	Tejido de fajas ñakcha
Mauro Guamán	Barrio Acacana	Tejido de prendas finas y gruesas
Clementina Guamán	Barrio Acacana	Teñido de hilo con tintes vegetales
Luis A. Quizhpe	Barrio Acacana	Tejido de cobijas labradas, bayetas y ponchos en telar.

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

## 2) Turismo en la zona

La comunidad de Pichig, además de estar asentada en un entorno siempre verde de montañas y llanuras, está rodeada de importantes y extensas zonas arqueológicas; sin embargo, la escasa investigación y conocimiento sobre la importancia histórica de estos espacios, ha sido la causa para el descuido gubernamental y comunitario, por lo que continúa la intervención y destrucción, ya que son propiedades privadas destinadas al pastoreo de ganado vacuno, por lo cual en la actualidad la comunidad no obtiene beneficios culturales, ni turísticos.

a) **Inventario turístico de la comunidad y la parroquia**

**Cuadro N° 10.** Resumen de los atractivos turísticos de la parroquia San Lucas

N°	Nombre del atractivo	Comunidad	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Acacana	Pichig	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II
2	Chorrera	Durazno		Ríos	Cascadas	I
3	Baño del Inka	Ciudadela		Ríos	Cascadas	I
4	Laguna de Ramos	Pichig		Ambientes lacustres	Lagunas	I
5	Ruinas de Tambo Blanco	Ciudadela	Manifestaciones culturales	Históricas	Sitios Arqueológicos	II
6	Buco Pamba	Pichig/Ciudadela		Históricas	Sitios Arqueológicos	II
7	Ataúd Loma	Pueblo Viejo		Históricas	Sitios Arqueológicos	I
8	Pucara de Pichig	Pichig		Históricas	Sitios Arqueológicos	II
9	Huertos orgánicos familiares	Pichig		Realizaciones técnicas y científicas	Explotaciones agropecuarias	II
10	Iglesia de San Lucas	San Lucas		Históricas	Arquitectura religiosa	I
11	El Pinzhi	San Lucas		Acontecimientos programados	Gastronomía	II
12	Kapak Raymi o Navidad	San Lucas		Acontecimientos programados	Fiestas religiosas	III
13	Pawkar Raymi	San Lucas		Realizaciones técnicas y científicas	Fiestas rituales	I
14	Semana Santa	San Lucas		Acontecimientos programados	Fiestas religiosas	II
15	La vestimenta	Pichig	Etnográficas	Artesanías	II	

**Fuente:** Quizhpe, T. 2013.

El cuadro N° 10 evidencia que en la comunidad de Pichig se ubican 6 de los 15 atractivos turísticos registrados, entre los cuales están dos atractivos de categoría Sitios Naturales: Cerro Acacana y la Laguna de Ramos; y, cuatro de categoría cultural, dos de tipo histórico, sitios arqueológicos: Buco Pamba, Pucara de Pichig; una de tipo realizaciones técnicas y científicas en el campo de explotaciones agropecuarias: Huertos orgánicos familiares; y, una de tipo etnográficas relacionada con la elaboración de la vestimenta tradicional de lana.

## b) Resumen valoración y jerarquización de los atractivos turísticos

**Cuadro N° 11.** Resumen de la valoración y jerarquización de los atractivos turísticos

<b>Criterio</b>	<b>Variable</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Categoría</b>	Sitios naturales	4	27
	Manifestaciones culturales	11	73
Total		<b>15</b>	<b>100</b>
<b>Estado de conservación del atractivo</b>	Conservados	8	53
	Alterados	7	47
Total		<b>15</b>	<b>100</b>
<b>Jerarquía</b>	I	6	40
	II	8	53
	III	1	7
Total		<b>15</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Quizhpe, T. 2013.

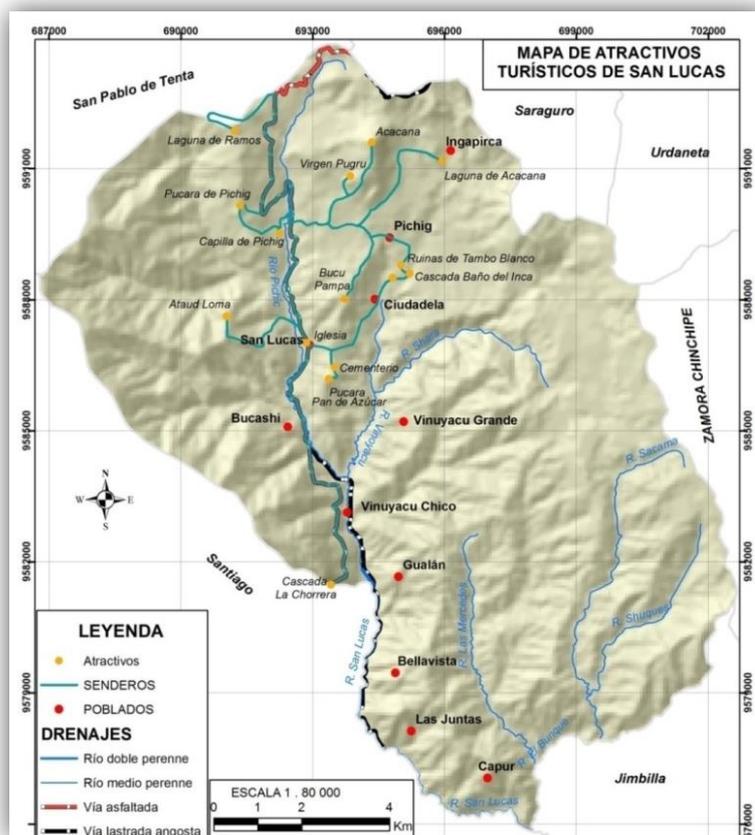
Respecto al estado de conservación de los atractivos, se señala que ocho se encuentran en estado conservado y representan al 53%; mientras que siete atractivos se registran como alterados y representan el 47%.

Según la jerarquía, seis atractivos turísticos corresponden a la jerarquía I y representan el 40%, ocho son de jerarquía II y representan el 53%, mientras que uno es de jerarquía III y representa el 7% del total.

## c) Declaratoria de la imagen turística

*San Lucas, territorio milenario con las huellas de los ancestros sobre las montañas, cascadas y caminos. Pueblo vivo y cuna de saberes ancestrales aún vibrantes en el diario vivir de sus pobladores, que con alegría, tejen sus prendas, crían sus chacras, sus huertos y su ganado, haciendo de su trabajo diario, un ejemplo de vida soberana.*

#### d) Mapa de atractivos turísticos de la Parroquia San Lucas



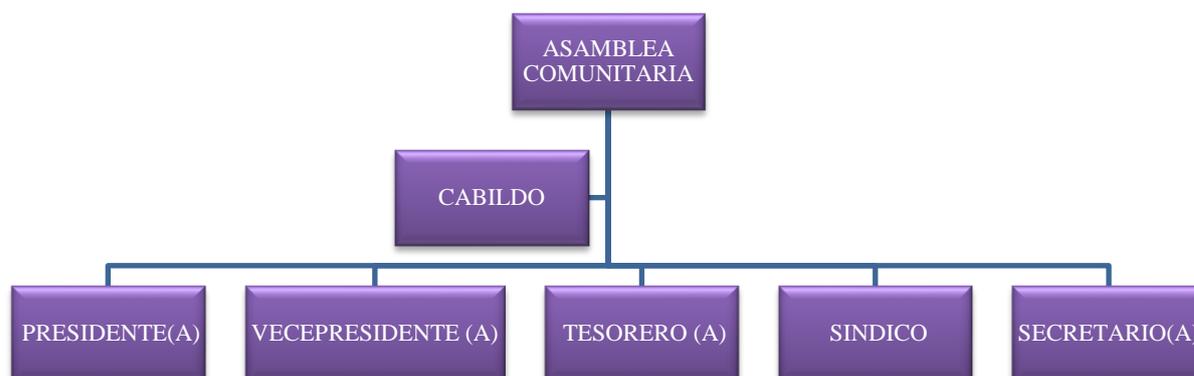
**Ilustración N° 3.** Mapa turístico de la parroquia San Lucas

**Fuente:** Quizhpe, T. 2013.

#### e. Político administrativo

La comunidad al ser considerada legalmente como tal, está siendo dirigida por un cabildo, el cual se cambia anualmente.

## 1) Organigrama estructural y funcional de la comunidad Pichig



**Gráfico N° 1.** Organigrama estructural del cabildo Pichig, 2014.

**Fuente:** Acta legal de posesión del cabildo de Pichig, 2014.

Los órganos que rigen en la comuna en sus administración son: la asamblea general, el cabildo y las comisiones especiales referentes a: Justicia comunitaria, agua, deportes y educación.

### a) Asamblea General

- Es la máxima autoridad de la comuna y se encuentra integrada por todos o la mayoría de las y los pobladores mayores de edad, cuyos nombres constan en el registro comunal.
- Conocer, estudiar y resolver sobre toda queja y reclamo que se presente con los asuntos de la comuna.
- Responder por la administración de la comuna en general; además de representar judicialmente en todos los actos y contratos de la comuna debiendo también defender la integridad de su territorio y velar por la seguridad y conservación de todos los bienes del patrimonio comunal.

**b) Cabildo****i. Presidente/a**

- Disponer con su firma o verbalmente, el cumplimiento de las actividades inherentes a las comisiones nombradas por la Asamblea General.
- Comunicar y presidir Asambleas Generales y las sesiones del cabildo a través del orden del día.
- Legalizar con su firma las actas, comunicaciones, partidas y más documentos o actividades relacionados con la comuna.
- Autorizar con su firma los gastos y supervisar la contabilidad económica.
- Presentar a la Asamblea General el informe anual sobre el funcionamiento y administración de la comuna.

**ii. Vicepresidente/a**

- Sustituir al presidente en casos de estar ausente temporal o definitivamente.
- Acompañar al presidente en la administración de la comuna.
- Recibir, ordenar y entregar previo inventario el archivo de la comuna.

**iii. Mayorales**

Atribuciones y deberes:

- Llevar estrecha relación con los demás miembros del cabildo para la comunicación tradicional, con el objeto de realizar mingas, sesiones u otros actos.
- Coordinar y guiar los trabajos comunales que se realicen de acuerdo a las necesidades, sean caminos, obras de proyectos y otros.
- Sustituir a los demás miembros del cabildo en casos de ausencia.

#### **iv. Comisiones especiales**

##### **- Educación**

Gestionar, programar, y fiscalizar el proceso educativo en la Unidad Educativa “Rumiñahui”, entre otros eventos educativos que se desarrollen dentro de la comuna.

##### **- Deportes**

Gestionar, organizar y fiscalizar actividades referentes al ámbito deportivo integral de las y los pobladores.

##### **- Justicia comunitaria**

Dirigir y mediar los procesos de solución de conflictos internos a la comunidad o familiar, para mantener el orden y paz entre los implicados.

##### **- Agua**

Organizar y fiscalizar las actividades y proyectos referentes a la dotación y calidad de agua para todo el sector.

#### **2) Asociatividad**

##### **a) Actores directos**

##### **i. Actor 1. Ambiental**

No se registran elementos de gestión ambiental en la zona.

**ii. Actor 2. Económico**

- Microempresa comunitaria de procesamiento y empaado de hortalizas y carnes Pichikra.
- Caja de mujeres
- Asociación Ganadera ATAIPA

**iii. Actor 3. Social y cultural**

- Club Deportivo Atahualpa (legal)
- Club Deportivo Nuevos Horizontes
- Grupo de Jóvenes - Danza y Música - Los Keikos.

**b) Actores indirectos**

- MAGAP
- GADML
- GADPSL

Hasta la actualidad no existen proyectos o alianzas establecidas para el desarrollo turístico dentro de la parroquia.

**2. Evaluación del potencial interpretativo**

La evaluación del potencial interpretativo se basa en los recursos relacionados con la producción de textiles de lana de oveja en la comunidad de Pichig.

**a. Inventario de los recursos interpretativos**

Los procesos y procedimientos relacionados a la producción textil vigentes en la comunidad de Pichig, son presentados en un detallado proceso de inventario que se presenta a continuación.

1) **Recurso:** Elaboración del poncho tradicional Saraguro

**Fuente:** Trabajo de campo, 2014.

**Tecnología artesanal de la Sierra Sur del Ecuador-Provincia de Loja, Cantón Loja, Comunidad de Pichig**

**N° 01**

**Elaboración del poncho tradicional de la cultura Saraguro**



*Manuel Zhunaula, Asunción Tene y Angelita Saca  
Comunidad de Pichig, Parroquia San Lucas, Cantón Loja,  
Provincia de Loja - Ecuador*

**a) Elaboración tradicional del poncho de la cultura Saraguro**

- **Compartido por:** Manuel Antonio Zhunaula Lozano, María Asunción Tene Condolo y Angelita Saca, personas de 50, 85 y 45 años de edad respectivamente, habitantes de la comunidad de Pichig.
- **Ubicación:** La comunidad de Pichig, pertenece a la parroquia San Lucas y se encuentra ubicado en el km 45 vía panamericana norte.
- **Altitud:** 2634 m.s.n.m

- **Límites:** al Norte: Barrio Ramos; al Sur: Barrio Jabonillo; Este: Comunidad de Ciudadela; Oeste: Comunidad de Cañi.
- **Piso ecológico:** Bosque Siempreverde Montano del sur de la cordillera occidental de los andes y con una vegetación arbórea que puede alcanzar hasta los 18 metros de altura como es el caso del eucalipto (MAE 2012).

## **b) Antecedentes**

El poncho Saraguro, es una prenda de color negro muy fina que es vestida por niños, jóvenes y adultos con una calidad inigualable. Su uso es más visible en las celebraciones rituales familiares (matrimonio, graduaciones, bautizos) y comunitarios (navidad, semana santa, ritos de solsticio y equinoccio). La elaboración de esta prenda es posible gracias al trabajo arduo de la mujer y el varón mayor de la casa, generalmente el padre. Las hijas también ayudan hilando a su madre y los niños y jóvenes de la casa ayudan en el urdido a su padre, quien luego continúa con el tejido; finalmente al terminar la prenda, es la mujer quien continúa con el proceso de batanado (lavado), teñido y cosido del poncho, el mismo que quedará listo para ser utilizado.

## **c) Instrumentos**

### **i. Etapa de urdido**

- 2 Tactes (maderas para los extremos)
- 3 Darin (3 palos delgados para cruce de hilos)
- 1 tupa (medida del poncho según el porte del dueño)
- 1 chiqui (piola que se pone en el primer darin)

### **ii. Etapa de tejido**

- Rodillo (donde se sujeta la chapircha)
- Chapircha (cinturón para empezar a tejer)
- Chiqui callua
- Tupas

- Callua
- Pigchi (separador de madera)
- Illahuamarka
- Jidinchi

### **iii. Etapa de terminado**

- Agujas grandes
- Campa

### **d) Materiales**

#### **i. Etapa del urdido**

- Media libra de mini y una libra de parante (shayak)
- Una canasta o fuente para asentar el ovillo de hilo al urdir
- Un zambo

#### **ii. Etapa de batanado**

- Olla grande para hervir el agua
- Un palo para controlar la prenda en el agua caliente
- Una fuente grande para el agua con detergente

#### **iii. Etapa de tinturado**

- Olla de hierro
- Tinta azul y ácido
- Un palo liso y largo para controlar el proceso de tinturado.

**e) Descripción del proceso**

- i. Colocamos los taces para iniciar la urdimbre, midiendo el estado de separación con la tupa. Seguidamente se coloca la primera hebra, la cual debe estar torcida para que forme el filo del poncho. Se ubican enseguida los darines, para mantener el cruce de los hilos para colocar la hillagua.



**Fotografía# 02.** Iniciación de la urdimbre  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 01.** Colocando los taces y tupa para el urdido.  
**Por:** Teresa Quizhpe

- ii. Avance de la urdimbre para confección del poncho fino de lana. Luego de terminar el urdido, se procede a la colocación del rodillo para templar el tejido con la chapircha, tupas, chiqui callua, illagua y callua para iniciar a tejer.



**Fotografía# 03.** Proceso de urdido  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía # 04.** Ubicación de instrumentos para iniciar el tejido  
**Por:** Teresa Quizhpe

- iii. El proceso de tejido dura una semana por tampa (lado del poncho). Posterior al tejido con calluas, se continúa el tejido con agujas grandes e hilo del mismo tipo, hasta lograr dar el terminado total para separar los lados del tejido.



**Fotografía # 04.** Proceso de tejido  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía # 05.** Terminado de la prenda con agujas  
**Por:** Teresa Quizhpe

- iv. Terminadas los dos callus o lados del poncho, se procede a lavarlas con agua caliente, para lograr un perfecto teñido de los mismos. El color a tinturar es azul marino o negro, utilizando tinta anilina y ácido como fijador del tinte. Posterior al teñido se procede a enjuagar y secar los dos callus.



**Fotografía # 06.** Tinturado del poncho  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 07.** Las dos kallu del poncho secándose  
**Por:** Teresa Quizhpe

- v. Tinturadas los dos lados o kallu del poncho se continúa con el cosido en zigzag, utilizando hilo de orlón de colores como el verde, azul o lacre, quedando listo para vestir.



**Fotografía# 08.** Angelita Saca, cosiendo el zigzag del poncho  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía # 09.** Poncho de hilo terminado y listo para vestir  
**Por:** Teresa Quizhpe

#### f) Observación o comentarios

En el proceso de urdido y tejido del poncho los hijos presencian todo el proceso de tejido. Muchos de ellos aprenden tan solo mirando, para luego en su juventud o al tener su hogar elaborar su propia vestimenta. Pocos son los casos que las niñas o mujeres de la casa aprendan las labores del tejido de prendas como ponchos, bayetas, anacos, cobijas y otros mayores. Más las mujeres en casos especiales, son quienes elaboran las fajas, bolsos, alforjas, bufandas entre otras prendas de vestir.

El poncho es una prenda que tiene todos sus lados de la misma longitud, comprende de dos lados que finalmente se unen a través de una costura (zigzag) por la mitad, la unión de las dos partes en esencia simboliza la unidad del par, la dualidad formando la unidad que simboliza el principio inmutable de la generación de la vida. En otras palabras podemos decir Kari - Warmi, hombre – mujer, blanco – negro, sol – luna, arriba – abajo, etc.

## g) Glosario de términos

### - Callua



Instrumento confeccionadas de maderas como chonta o mullón. La callua tiene una longitud de 120cm y 8 cm de ancho, con un espesor de 3 cm, terminada con filo para un lado. Este instrumento ayuda a compactar la trama en el tejido a través de golpes. Las calluas para finalizar el tejido van disminuyendo su ancho y largo, llegando a tener hasta 1cm de ancho, 100 cm de largo y 5 mm de espesor.

### - Chikchina o pikchi



Tradicionalmente era elaborado de hueso tibia de la gallina, actualmente es elaborado de rañis (*Viburnum hallii*). Este es un instrumento que mide hasta 23 cm de largo, un espesor variante que puede llegar hasta 4.5cm, tiene forma cilíndrica y es útil para que el tejedor separe o una las hebras de hilo o mini mientras teje.

### - Chapircha



Tipo de cinturón elaborado de cuero de la cabeza de la res, con el cual el tejedor se mantiene firme para mantener templado toda la urdimbre. Mide 85cm de largo y 20cm de ancho en la parte central.

### - Tactes



Constituyen dos estacas de madera de rañis (*Viburnum hallii*), que sirven de parantes extremos a la hora de urdir. Miden 100cm de largo y un espesor perimetral de 12.5cm.

### - Darines



Está conformado por tres estacas delgadas y lisas de madera de rañis (*Viburnum hallii*). o chonta negra, que permite el cruce de hilos para colocar la illagua. Pueden medir entre 70 cm, 60 cm y 50cm los pequeños.

- **Illagua e illaguamarca**



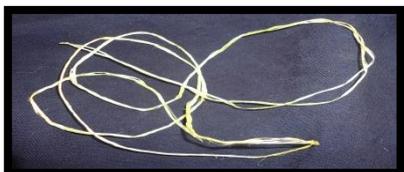
Contención de hilos en un par de varas delgadas de rañis (*Viburnum hallii*), manteniendo cruzadas las hebras al momento de avanzar en el tejido de la prenda. Mide de 100 a 120 cm las dos varas.

- **Tupa**



Es un fuste de madera liviana como carrizo o chaguarquero (*Agave americana*) que tiene la medida de largo de la prenda, según lo pida el dueño.

- **Chiqui**



Piola de 150cm que se pone en el primer darin, permite mantener la unión de los extremos del tejido.

- **Rodillo**



Instrumento de madera de donde se sujeta la chaprecha, de 98cm de largo y 16cm de perímetro.

- **Chiqui callua**



Callua de 108cm de largo, 4.5cm de ancho y 1cm de espesor, con unos pequeños agujeros en los extremos, donde se amarra los extremos del chiqui antes de iniciar el tejido de la prenda.

- **Jidinchí**



Instrumento de 72cm de largo y 3cm de diámetro, donde se enreda el hilo trama para pasar de izquierda a derecha y viceversa al momento de tejer una prenda.

- **Kallu**



Una parte tejida del poncho que mide 70 cm de ancho y 141cm de largo. Al unir los dos kallu, el poncho como prenda es de forma cuadrada.

- 2) **Recurso:** Elaboración de la bayeta tradicional de la cultura Saraguro  
**Fuente:** Trabajo de campo, 2014.

**Tecnología artesanal de la Sierra Sur del Ecuador-Provincia de Loja, Cantón Loja, Comunidad de Pichig**

N° 02

**Elaboración de la bayeta tradicional Saraguro**



*Antonio Guamán y Angelita Saca  
 Comunidad de Pichig, Parroquia San Lucas, Cantón Loja, Provincia de Loja*

**a) Elaboración tradicional de la bayeta Saraguro**

- **Compartido por** Tayta Antonio Guamán y Angelita Saca, personas de 84 y 45 años de edad respectivamente, habitantes de la comunidad de Pichig.
- **Ubicación:** La comunidad de Pichig, pertenece a la parroquia San Lucas y se encuentra ubicado en el km 45 vía panamericana norte.
- **Altitud:** 2634 m.s.n.m
- **Límites:** al Norte: Barrio Ramos; al Sur: Barrio Jabonillo; Este: Comunidad de Ciudadela; Oeste: Comunidad de Cañi.

- **Piso ecológico:** Bosque Siempreverde Montano del sur de la cordillera occidental de los andes y con una vegetación arbórea que puede alcanzar hasta los 18 metros de altura (MAE 2012).

## **b) Antecedentes**

La bayeta de las mujeres Saraguro, es una prenda doble de color negro, que es utilizada por niñas, jóvenes y adultas, comúnmente en días rituales y festivos, así como en días comunes, ya que es una prenda muy cálida. Su elaboración es posible gracias al hilado de las mujeres de la casa, generalmente es el padre quien ayuda con el tejido de las prendas de vestir para los miembros de su familia en la casa, de no saber hacerlo la madre busca y decide donde y a quien pedir que le ayuden elaborando la prenda en la comunidad. Una vez que la prenda haya sido tejida por el varón, es la mujer quien continua con el proceso de: coser (hacer seguir) los filos, raspado, batanado (lavado), teñido y lavado, quedando listo para ser utilizado o vendido.

## **c) Instrumentos**

### **i. Etapa de urdido**

- 2 Tactes (maderas para los extremos)
- 3 Darin (3 palos delgados para cruce de hilos)
- 1 tupa (medida del poncho según el porte del dueño)
- 1 chiqui (piola que se pone en el primer darin)

### **ii. Etapa de tejido**

- Rodillo (donde se sujeta la chapircha)
- Chapircha (cinturón para empezar a tejer)
- Chiqui callua
- Tupas
- Callua
- Chigchina

- Illahuamarca
- Jidinchí

### **iii. Etapa de terminado**

- Agujas grandes
- Hilo del mismo tipo

## **d) Materiales**

### **i. Etapa del urdido**

- Media libra de mini y una libra de parante (shayak)
- Una canasta o fuente para asentar el ovillo de hilo al urdir

### **ii. Etapa de batanado**

- Olla grande para hervir el agua
- Un palo para controlar la prenda en el agua caliente
- Una fuente grande para el agua con detergente
- Un delantal impermeable

### **iii. Etapa de tinturado**

- Olla de hierro
- Tinta azul y ácido
- Un palo liso y largo para controlar el proceso de tinturado.

**e) Descripción del proceso**

- i.** Colocación de los taces y darines para iniciar la urdimbre, teniendo como medida de la bayeta a la tupa. Alistar los hilos en una canasta disponiéndolos para colocar la primera fila del urdido, manteniendo el cruce de los hilos en los darines para colocar posteriormente la illagua.



**Fotografía# 01.** Colocación de los instrumentos para el urdido  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 02.** Iniciación de la urdimbre  
**Por:** Teresa Quizhpe

- ii.** Finalización del proceso de urdido para bayeta. Luego de terminar el urdido, se procede con la colocación del rodillo para colocar la chapircha, tupas, chiqui callua, illagua y callua para iniciar a tejer.



**Fotografía# 03.** Finalización del urdido  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 04.** Iniciación del tejido  
**Por:** Teresa Quizhpe

- iii. Para finalizar la obra se necesitan dos días de labor. Posterior al proceso de elaboración con calluas, se continúa el tejido con agujas e hilo del mismo tipo, hasta lograr dar el terminado total, posterior a esto separar los lados del tejido retirando el chiqui.



**Fotografía # 05.** Finalizando el tejido con agujas  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía # 06.** Sacando el chiqui y separando los extremos del tejido  
**Por:** Teresa Quizhpe

- iv. Retirado el chiqui se separan los extremos del tejido y se continúa con el raspado de la bayeta con el cardón metálico o cardón vegetal.



**Fotografía# 07.** Separado de los extremos del tejido  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 08.** Raspando la bayeta  
**Por:** Teresa Quizhpe

- v. Posterior al raspado, se dobla la bayeta y amarra con una piola para que no se abra el enroscado; seguidamente se introduce en una olla de agua hirviendo, se lo remoja bien y se saca en una fuente.



**Fotografía# 09.** Doblado en seco y lavado de la bayeta  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 10.** Lavado de la bayeta en agua caliente  
**Por:** Teresa Quizhpe

- vi. Poner en una fuente agua caliente con detergente, para lavar allí la bayeta. Remojada y golpeada la prenda por 7 veces, dejar enfriar y enjuagar con agua fría.



**Fotografía# 11.** Lavado en agua con detergente. Batanado y enjuagado de bayeta  
**Por:** Teresa Quizhpe

- vii. Posterior al batanado se continúa con el tinturado de la prenda en tinta azul marino anilina, utilizando como fijador al ácido. Terminado el tinturado, dejar enfriar la bayeta y enjuagar con agua de grifo. Seguidamente se deja secar al aire libre.



**Fotografía# 12.** Teñido de la bayeta  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 13.** Enjuague de la bayeta post tinturado y secado  
**Por:** Teresa Quizhpe

#### f) Observación o comentarios

En el proceso de urdido y tejido de la bayeta los hijos presencian todo el proceso. Muchos de ellos aprenden tan solo mirando, para luego en su juventud o al tener su hogar elaborar su propia vestimenta. Raros son los casos que las mujeres de la casa reciban instrucción para emprender el arte del tejido, ya que para manejar las calluas se requiere de fuerza física para compactar las hebras del tejido. Sin embargo hay que mencionar que para dar el terminado final de la prenda, hombre y mujer comparten labores y responsabilidades; en el caso de la bayeta el varón teje y la mujer es quien continúa con el proceso de raspado, batanado y tinturado, hasta cuando la prenda esté lista para vestir.

## g) Glosario de términos

### - Callua



Instrumento confeccionadas de maderas como chonta (*Bactris gasipaes*) o mullón. La callua tiene una longitud de 120cm y 8 cm de ancho, con un espesor de 3 cm, terminada con filo para un lado. Este instrumento ayuda a compactar la trama en el tejido a través de golpes. Las calluas para finalizar el tejido van disminuyendo su ancho y largo, llegando a tener hasta 1cm de ancho, 100 cm de largo y 5 mm de espesor.

### - Chikchina o pikchi



Tradicionalmente era elaborado de hueso tibia de la gallina, actualmente es elaborado de rañis (*Viburnum hallii*). Este es un instrumento que mide hasta 23 cm de largo, un espesor variante que puede llegar hasta 4.5cm, tiene forma cilíndrica y es útil para que el tejedor separe o una las hebras de hilo o mini mientras teje.

### - Chapircha



Tipo de cinturón elaborado de cuero de la cabeza de la res, con el cual el tejedor se mantiene firme para mantener templado toda la urdimbre. Mide 85cm de largo y 20cm de ancho en la parte central.

### - Tactes



Constituyen dos estacas de madera de rañis (*Viburnum hallii*) que sirven de parantes extremos a la hora de urdir. Miden 100cm de largo y un espesor perimetral de 12.5cm.

- **Darines**



50cm los pequeños.

Está conformado por tres estacas delgadas y lisas de madera de rañis (*Viburnum hallii*) o chonta negra (*Bactris gasipaes*), que permite el cruce de hilos para colocar la illagua. Pueden medir entre 70 cm, 60 cm y

- **Illagua e illaguamarca**



Contención de hilos en un par de varas delgadas de rañis (*Viburnum hallii*), manteniendo cruzadas las hebras al momento de avanzar en el tejido de la prenda. Mide de 100 a 120 cm las dos varas.

- **Tupa**



Es un fuste de madera liviana como carrizo o chaguarquero (*Agave americana*) que tiene la medida de largo de la prenda, según lo pida el dueño.

- **Chiqui**



Piola de 150cm que se pone en el primer darin, permite mantener la unión de los extremos del tejido.

- **Rodillo**



Instrumento elaborado de madera donde se sujeta la chaprecha, de 98cm de largo y 16cm de espesor.

- **Chiqui callua**



Instrumento elaborado de chonta (*Bactris gasipaes*) de 108cm de largo, 4.5cm de ancho y 1cm de espesor, con unos pequeños agujeros en los extremos, donde se amarra los extremos del chiqui antes de iniciar el tejido

de la prenda.

- **Jidinchí**



Instrumento elaborado de chonta negra (*Bactris gasipaes*). Mide 72cm de largo y 3cm de espesor, donde se enreda el hilo trama para pasar de izquierda a derecha y viceversa al momento de tejer una prenda.

- **Batanado**

Lavado de las prendas de lana en agua calientes para tupir el tejido y lograr mayor durabilidad.

- 3) **Recurso:** Elaboración de la faja ñakcha de la cultura Saraguro  
**Fuente:** Trabajo de campo, 2014.

**Tecnología artesanal de la Sierra Sur del Ecuador-Provincia de Loja, Cantón Loja, Comunidad de Pichig**

Nº 03

**Elaboración de la faja ñakcha**



***Rosa Clementina Guamán Tene***  
***Comunidad de Pichig, Parroquia San Lucas, Cantón Loja, Provincia de Loja***

**a) Elaboración de la faja ñakcha**

- **Compartido por** Rosa Clementina Guamán Tene, mujer de 56 años nacida en la comunidad de Pichig, sector Acacana.
- **Ubicación:** La comunidad de Pichig, pertenece a la parroquia San Lucas y se encuentra ubicado en el km 45 vía panamericana norte.
- **Altitud:** 2634 m.s.n.m
- **Límites:** al Norte: Barrio Ramos; al Sur: Barrio Jabonillo; Este: Comunidad de Ciudadela; Oeste: Comunidad de Cañi.

- **Piso ecológico:** Bosque Siempreverde Montano del sur de la cordillera occidental de los andes y con una vegetación arbórea que puede alcanzar hasta los 18 metros de altura (MAE 2012).

## **b) Antecedentes**

En la cultura Saraguro desde los ancestros y se puede decir hasta la actualidad son los varones o esposos quienes se encargan de tejer las prendas de su esposa e hijas. Este es un caso especial, ya que la mujer es quien también en distintos lugares elabora la faja o ñakcha chumpi, la misma que desde siempre ha tenido un ancho de 3 centímetros y 185 centímetros de largo. Esta faja por lo general fue utilizada para sujetar la jullera (uku churana), sobre el cual se amarra el anaco y por último otra faja llamada de la china chumpi. La faja ñakcha ha conservado hasta la actualidad, su característico fondo y forma con franjas: dos delgadas y una doble, como se observa en la imagen presentada.

## **c) Instrumentos**

### **i. Etapa de urdido**

- 2 Tactes (maderas para los extremos)
- 3 Darin (3 palos delgados para cruce de hilos)
- 1 tupa (medida de la faja)
- 1 chiqui (piola que se pone en el primer darin)

### **ii. Etapa de tejido**

- Rodillo (donde se sujeta la chapircha)
- Chapircha (cinturón para empezar a tejer)
- Chiqui callua
- Tupas
- Callua
- Pigchi (separador de madera)
- Illahua

**d) Materiales****i. Etapa del urdido**

- Cuatro colores de hilo torcido al mismo lado para parante (shayak) y trama.
- Una canasta o fuente para asentar el ovillo de hilo al urdir

**ii. Etapa del tejido**

- Hilo blanco para poner de mini

e) **Descripción del proceso**

- i. Colocación de los taces y darines para iniciar la urdimbre, conservando el largo de la faja con la tupa. Para el urdido se debe disponer de 4 colores de hilo, manteniendo el cruce para la illagua a través del uso de los darines.



**Fotografía# 01.** Urdido de la faja ñakcha  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 02.** Urdimbre de la faja ñakcha  
**Por:** Teresa Quizhpe

- ii. Luego de terminado el proceso de urdido, se procede con la colocación del rodillo para colocar la chapircha, tupas, chiqui callua e illagua para iniciar a tejer. Al finalizar el proceso de tejido con calluas, se procede a separar los lados del tejido. Comúnmente la faja ñakcha no tiene borlas como si es el caso de la faja de la china.



**Fotografía# 03.** Iniciación del tejido  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 04.** Diferencia entre la faja ñakcha (superior) y la faja de la china (inferior).  
**Por:** Teresa Quizhpe

## f) Observación o comentarios

Actualmente contadas mujeres conocen el proceso de tejido de las fajas, por lo general de la faja ñakcha; en la comunidad solo una persona (mujer), sabe del tejido de las fajas de la china o labradas. Además debemos destacar que el proceso de urdido para el tejido generalmente es realizado con una sola mano, es decir quien inicia debe terminar de hacerlo. El templado de los hilos de la urdimbre debe ser constante, no puede variar, ya que este influye en la calidad de la prenda. El humor o temple de la persona puede ser notada en el momento del urdido; si la urdimbre tiene un templado irregular, la persona está con desequilibrios, sean estos emocionales, físicos o de otro tipo, pero que están influenciando en su vida.

## g) Glosario de términos

### - Callua



Instrumento generalmente confeccionados de chonta (*Bactris gasipaes*) que permite compactar en base a golpes las hebras de hilo que componen el tejido. Mide 12 cm de largo y hasta 6cm de ancho.

### - Chikchina o pikchi



Tradicionalmente era elaborado de hueso tibia de la gallina, actualmente es elaborado de rañis (*Viburnum hallii*). Este es un instrumento que mide hasta 23 cm de largo, un espesor variante que puede llegar hasta 4.5cm, tiene forma cilíndrica y es útil para que el tejedor separe o una las hebras de hilo o mini mientras teje.

### - Chapircha



Tipo de cinturón elaborado de cuero de la cabeza de la res, con el cual el tejedor se mantiene firme para mantener templado toda la urdimbre. Mide 85cm de largo y 20cm de ancho en la parte central.

- **Tactes**



la hora de urdir.

Constituyen dos estacas de madera de rañis (*Viburnum hallii*) que sirven de parantes extremos a la hora de urdir. Miden 70cm de largo y un espesor de 12.5cm; una parte de las varas es aplanada y se dirige hacia adentro a

- **Darines**



espesor.

Está conformado por tres estacas delgadas y lisas de madera de rañis (*Viburnum hallii*) o chonta negra (*Bactris gasipaes*), que permite el cruce de hilos para colocar la illagua. Miden 50cm de largo y 3cm de

- **Illagua**



Contención de hilos en un par de varas delgadas de rañis (*Viburnum hallii*) manteniendo cruzadas las hebras al momento de avanzar en el tejido de la prenda. Mide de 15cm de largo.

- **Tupa**



Es un fuste de madera liviana como carrizo o chaguarquero (*Agave americana*) que tiene la medida de largo de la prenda, según lo pida el dueño.

- **Rodillo**



Elaborada de madera de rañis (*Viburnum hallii*) donde se sujeta la chaprecha. Tiene 120 cm de largo y 16cm de perímetro.

- **Jidinchí**



Instrumento elabora de rañis (*Viburnum hallii*), que mide 10cm de largo y 1.5cm de diámetro, donde se

enreda el hilo trama para pasar de izquierda a derecha y viceversa al momento de tejer una prenda.

- **De la china chumpi**

Faja angosta confeccionado con hilos de colores vistosos. Contiene diseños de personas, animales y figuras geométricas, nombre de los dueños y el año de confección.

- **Uku churana o centro**

Es conocido como jullera o pollera, tradicionalmente de color negro o azul marino; confeccionado con hilo de lana de oveja, sobre el cual es colocado el anaco.

- 4) **Recurso:** Elaboración del hilo de lana de oveja  
**Fuente:** Trabajo de campo, 2014.

**Tecnología artesanal de la Sierra Sur del Ecuador-Provincia de Loja, Cantón Loja, Comunidad de Pichig**

N° 04

**Hilado de lana de oveja**



*Angelita Saca y Clementina Guamán  
 Comunidad de Pichig, Parroquia San Lucas, Cantón Loja, Provincia de Loja  
 Ecuador*

**a) Hilado de lana de oveja**

- **Compartido por** Angelita Saca y Clementina Guamán, mujeres de 45 y 56 años de edad respectivamente, nacidas en la comunidad de Pichig.
- **Ubicación:** La comunidad de Pichig, pertenece a la parroquia San Lucas y se encuentra ubicado en el km 45 vía panamericana norte.
- **Altitud:** 2634 m.s.n.m
- **Límites:** al Norte: Barrio Ramos; al Sur: Barrio Jabonillo; Este: Comunidad de Ciudadela; Oeste: Comunidad de Cañi.

- **Piso ecológico:** Bosque Siempreverde Montano del sur de la cordillera occidental de los andes y con una vegetación arbórea que puede alcanzar hasta los 18 metros de altura (MAE 2012).

## **b) Antecedentes**

Históricamente las familias de la cultura Saraguro y en especial las mujeres fueron las pioneras en la elaboración de la vestimenta para sí mismas cuando jóvenes y para su familia cuando conformaban su hogar. Hasta la actualidad la mujer Saraguro deja al descubierto, una de las obras más bellas que hacen sus manos, al transformar la lana de oveja en hilo de diferente grosor en base al hilado, con el cual se elaboran finas y dobles prendas de hilo como son: los ponchos, zamarros, cuzhmas, pantalones pacha para los varones; anacos, julleras, fajas y bayetas para las mujeres. La elaboración de estas prendas, significa también la generación de oportunidad para el fortalecimiento y trasmisión de conocimientos y prácticas tradicionales a los descendientes hombres y mujeres de las familias y la comunidad, ya que esta labor del hilado es realizada por las mujeres desde tempranas horas de la mañana y al caminar conduciéndose a sus labores con el ganado o la tierra.

La lana para hilar la clasifica por calidad y longitud; posteriormente según avanza el hilado va ovillando y guardando el hilo de acuerdo al grosor y la prenda que desea elaborar. Elaboradas y terminadas las prendas de lana, se prioriza el autoabastecimiento familiar y luego se destina para el comercio, se hay sobre producción.

## **c) Instrumentos**

### **i. Etapa de lavado de la lana**

- Olla N° 40
- Palo liso largo
- Jarra

## ii. Etapa del escarmenado

- Una canasta

## iii. Etapa del hilado

- Un palo para el guango
- Uso de madera o chonta negra o blanca
- Un piruro o tortero
- Una piola delgada o hilo de un metro

## d) Materiales

Lana madura de oveja, lo cual significa haber dejado que la fibra crezca por un tiempo no menor a los 8 a 10 meses para que la oveja esté lista para ser trasquilada. La lana madura, extiende la vida útil de la prenda.

## e) Descripción del proceso

- i. Limpieza de la lana de impurezas como ramas, raíces o pasto; se coloca en una tina; mientras tanto se hierve agua simple en una olla grande. Ya cuando el agua está a punto de hervir, se saca y pone sobre la lana para pringarla, sacando la grasa y la suciedad. Luego se deja enfriar y se procede a lavar con agua fría, tenderla y dejarla secar en pleno sol.



**Fotografía # 01.** Pringado de la lana  
Por: Teresa Quizhpe



**Fotografía# 02.** Enjuague de la lana  
Por: Teresa Quizhpe

- ii. Escarmenado de lana con una vara para desenredar si es necesario y luego proceder al escarmenado a mano, habiendo una diferencia en el escarmenado para hilar fino. Mientras avanza el proceso de escarmenado, la lana debe ser colocada en capas, para con facilidad formar el guangu, amarrarlo con un hilo e iniciar el hilado.



**Fotografía# 03.** Escarmenado  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 04.** Elaboración del guango  
**Por:** Teresa Quizhpe

- iii. Existen dos formas de hilado: para la derecha y otra para la izquierda, lo que quiere decir con el uso horizontal y vertical, tanto para elaborar un hilo fino o grueso. Siempre para prendas finas como ponchos, zamarros, anacos o cushmas, el hilado es con el uso horizontal y se procede a parear las hebras al ovillar.



**Fotografía# 05.** Tipo de hilado con uso vertical  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 06.** Tipo de hilado con uso horizontal  
**Por:** Teresa Quizhpe

## f) Observación o comentarios

Desde el lavado de la lana y en el proceso de escarmenado intervienen en mayor porcentaje los hijos e hijas, mientras que el hilado es solo para las mujeres. Cuando pequeñas, las hijas inician con el hilado de la lana de tercera y cuarta calidad que se destina para elaborar las cobijas, mientras que avanza en edad, se le va dando lana de mejor calidad para elaboración de prendas como las bayetas, por lo general, ya pasado los 15 años de edad, la mujer debe empezar a hilar fino, para confeccionar sus primeros anacos de lana, “para cuando llegue la hora de casarse debía la mujer para sí, haber hilado siete anacos y las bayetas; entonces cuando se casaba se dedicaba a realizar los trajes para vestir a su esposo” según lo menciona mama Clementina Guamán.

## g) Glosario de términos

### - Piruro o tortero



Instrumento de piedra o mármol en forma de rueda con un orificio en el centro para colocarlo en el uso. En ocasiones remplazado por cortezas, tallos de plantas, discos de papas, zanahoria u otros. Piruro es su nombre en kichwa.

### - Uso



Instrumento confeccionado de chonta (*Bactris gasipaes*), con el cual se tuerce la lana para convertirla en hilo. Puede ser elaborada con chonta blanca o negra y en otros casos con madera morocha (dura).

### - Palo de guango



Es un astil confeccionado de de rañis (*Viburnum hallii*) o chonta negra (*Bactris gasipaes*), que mide 80 a 85 cm de largo, sirve para colocar la lana e iniciar el proceso de hilado.

- **Lana madura**

La esquila de lana de la oveja debe ser luego de un proceso de maduración de 8 meses, para que la lana sea resistente a la polilla, el tinturado sea de mejor calidad y la prenda tenga mayor vida útil.

5) **Recurso:** Proceso de teñido con tintes naturales

**Fuente:** Trabajo de campo, 2014.

**Tecnología artesanal de la Sierra Sur del Ecuador-Provincia de Loja, Cantón Loja, Comunidad de Pichig**

N° 05

**Proceso de teñido con tintes naturales**



*Rosa Clementina Guamán  
Comunidad de Pichig, Parroquia San Lucas, Cantón Loja, Provincia de Loja  
Ecuador*

**a) Proceso de teñido con tintes naturales**

- **Compartido por** Rosa Clementina Guamán Tene, mujer de 56 años, nacida en la comunidad de Pichig.
- **Ubicación:** La comunidad de Pichig, pertenece a la parroquia San Lucas y se encuentra ubicado en el km 45 vía panamericana norte.
- **Altitud:** 2634 m.s.n.m
- **Límites:** al Norte: Barrio Ramos; al Sur: Barrio Jabonillo; Este: Comunidad de Ciudadela; Oeste: Comunidad de Cañi.

- **Piso ecológico:** Bosque Siempreverde Montano del sur de la cordillera occidental de los andes y con una vegetación arbórea que puede alcanzar hasta los 18 metros de altura (MAE 2012).

## **b) Antecedentes**

Los conocimientos y prácticas de tinturado con plantas ha sido heredado por las mujeres indígenas de la comunidad, por parte de las abuelas y madres, en otros casos, por ser partícipes de talleres de capacitación en estos temas en años anteriores, razón por la cual las mujeres mantienen y ponen en práctica estos conocimientos. Muchas de las plantas utilizadas como: llama (*Orthrosanthus chimboracensis*), nogal (*Juglans neotropica*), se siguen utilizando como las plantas más conocidas para obtener colores como el marrón, café y negro respectivamente. Para estos procesos de tinturado también fueron conocidos algunos mordientes naturales como: la orina humana fermentada, la chicha, la ceniza, chullko (*Oxalis lotoides Kunth*), sal en grano y alumbre. En la actualidad muchas otras plantas se suman a la lista de vegetales de los cuales se obtienen colores en gama de café, plomo, verde, morado y azul. Los hilos tinturados se destinan a la elaboración de bufandas, gorros, bolsos, ponchos, chales.

## **c) Instrumentos**

### **i. Etapa de lavado de las madejas**

- Olla N° 40
- Palo liso largo para control de las madejas al sacar

### **ii. Etapa de tinturado**

- Olla de barro de 20 litros
- Palo liso largo para control de las madejas al tinturar y sacar

### iii. Etapa post tinturado

- Tina de plástico o recipiente

### d) Materiales

#### i. Etapa de lavado de las madejas

- Detergente
- Madejas

#### ii. Etapa de teñido del hilo

- Olla grande de aluminio o barro

**Cuadro N° 12.** Proceso de teñido con plantas.

<b>Plantas tintóreas</b>	<b>Partes de la planta</b>	<b>Peso Kg</b>	<b>Agua litros</b>	<b>Hilo Gramos</b>	<b>Mordiente</b>	<b>Color</b>
<b>Piñan</b> <i>Coriaria thymifolia</i>	Fruto machacado	3	25	450	Alumbre	Morado y azul marino
<b>Matico morado</b> <i>Salvia ochrantha</i>	Hojas y flores de machacadas	3	20	450	Alumbre	Verde aceituna claro
<b>Rañis</b> <i>(Viburnum hallii)</i>	Fruto machacado	1	6	100	Alumbre	Morado
<b>Nogal</b> <i>Juglans regia</i>	Cascara del fruto	3	25	450	No aplica	Todas las variantes de café
<b>Aliso</b> <i>Alnus jorullensis</i>	Corteza de planta machacado	3	25	450	Alumbre	Marrón
<b>Tigna</b> <i>Baccharis genistelloides</i>	Hojas machacadas	3	20	450	Alumbre	Verde claro
<b>Bura bura</b> <i>Hypericum laricifolium</i> <i>Juss.</i>	Planta machacada	1	8	113	Ceniza	Amarillo
<b>Musgo</b> <i>Lycopodium clavatum L.</i>	Planta machacada	1	6	100	Ceniza	Amarillo verdoso

**Fuente:** Guamán, R. 2014.

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

**e) Descripción del proceso**

- i. Lavado y enjuague de madejas en agua caliente con detergente, y enjuague con agua fría, poniéndolas a que se escurran para que estén listas para tinturarse. Seguidamente se procede a extraer el tinte de la planta o de sus partes, según sea el caso: hojas, raíz, tallo, flores o fruto.



**Fotografía# 01.** Lavado y enjuague de madejas

**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 02.** Machacado de la planta tintórea

**Por:** Teresa Quizhpe

- ii. Cocción de 3 kg de planta tintórea en 20 a 25 litros de agua, según la concentración de tintura en la planta. Hervir por 30 minutos, colar todo el líquido, poner nuevamente al fuego, poner el mordiente, remover bien y colocar la madeja de hilo y hervir por 30 minutos removiendo constantemente.



**Fotografía# 03.** Cocción de la planta

**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 04.** Colocación de madeja en tinta

**Por:** Teresa Quizhpe

- iii. Sacar la madeja teñida para que se enfríe y posteriormente enjuagarlo en agua simple de grifo hasta que el agua del lavado sea totalmente cristalina. Posteriormente se coloca al aire libre para el secado.



**Fotografía# 05.** Sacado y enjuague de madejas teñidas  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 06.** Secado de las madejas  
**Por:** Teresa Quizhpe

#### f) Observación o comentarios

El proceso de tinturado es muy poco difundido en la comunidad. Este arte aún se encuentra en desarrollo, por lo cual aún muchos colores que se obtienen con plantas en base a técnicas naturales no se pueden determinar si los colores obtenidos son resistentes a la luz, roce y lavado.

#### g) Glosario de términos

##### - Mordiente

Es una sustancia química, natural o sintética, que muerde la fibra, para que el tinte entre en ésta y quede impregnado el color deseado. Los mordientes fijan y modifican la tonalidad del color, lo que permite lograr gamas amplias de tonos.

##### - Alumbre

Son cristales o piedras transparentes similares al azúcar, que acentúa los tonos del color. Tiene una resistencia media a la luz. Sirve para aclarar el color y fijarlo.

- 6) **Recurso:** Elaboración de la faja de la china  
**Fuente:** Trabajo de campo, 2014.

**Tecnología artesanal de la Sierra Sur del Ecuador-Provincia de Loja, Cantón Loja, Comunidad de Pichig**

N° 06

**Elaboración de la faja de la china**



*Rosa Medina Condolo*  
*Comunidad de Pichig, Parroquia San Lucas, Cantón Loja, Provincia de Loja*

a) **Elaboración de la faja de la china**

- **Compartido por** Rosa Medina Condolo, mujer de 40 años, nacida en la comunidad de Pichig, sector Acacana.
- **Ubicación:** La comunidad de Pichig, pertenece a la parroquia San Lucas y se encuentra ubicado en el km 45 vía panamericana norte.
- **Altitud:** 2634 m.s.n.m
- **Límites:** al Norte: Barrio Ramos; al Sur: Barrio Jabonillo; Este: Comunidad de Ciudadela; Oeste: Comunidad de Cañi.

- **Piso ecológico:** Bosque Siempreverde Montano del sur de la cordillera occidental de los andes y con una vegetación arbórea que puede alcanzar hasta los 18 metros de altura (MAE 2012).

## **b) Antecedentes**

Aunque en la cultura Saraguro por lo general es el hombre quien elabora las prendas de vestir para su familia; este, se convierte en uno más de los casos especiales, donde la mujer desde su interés particular pero profundo, y a través de la observación, logra el dominio de ciertas técnicas avanzadas para la elaboración de una de las prendas más singulares que tiene la bondad de vestir la mujer Saraguro, la misma que es llamada: de la china Chumpi o faja de la china. Esta prenda especial, lleva su nombre debido a que en la cultura a las mujeres: niñas y jóvenes solteras, se les denominaba chinas o chinitas; esta faja era propia del vestir de las mujeres jóvenes, por ello toma su nombre.

La faja de la china es elaborada con diseños especiales de animales domésticos y silvestres, estrellas, zigzag y otras formas geométricas de mucho significado cultural, ya que conforman y transmiten en símbolos la cosmovisión del pueblo Saraguro. Culturalmente, esta faja era elaborada de hilo de lana de oveja, teñido en anilina. Los colores característicos de esta fueron el verde, rosado, morado y blanco. Hoy en día los hilos utilizados para su confección, son de orlón, conservando aún los colores y diseños geométricos tradicionales.

## **c) Instrumentos**

### **i. Etapa de urdido**

- 2 Tactes (maderas para los extremos)
- 3 Darin (3 palos delgados para cruce de hilos)
- 1 tupa (medida de la faja)
- 1 chiqui (piola que se pone en el primer darin)

**ii. Etapa de tejido**

- Rodillo (donde se sujeta la chapircha)
- Chapircha (cinturón para empezar a tejer)
- Chiqui callua
- Tupas
- Callua
- Pigchi (separador de madera)
- Illahua

**d) Materiales****i. Etapa del urdido**

- Cuatro colores de hilo torcido al mismo lado para parante (shayak) y trama.
- Una canasta o fuente para asentar el ovillo de hilo al urdir

e) **Descripción del proceso**

- i. Uso de los taces y darines para la urdimbre. Reemplazo de los darines por tupas, los taces con rodillos; posterior a ellos se coge la illagua para iniciar el tejido con callua.



**Fotografía# 01.** Urdido para faja de la china  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía# 02.** Tejido de faja de la china  
**Por:** Teresa Quizhpe

- ii. Proceso de figurado y tejido de la faja de la china. Finalizado el tejido de la faja, se elaboran las borlas de colores.



**Fotografía # 03.** Formando las figuras en la faja  
**Por:** Teresa Quizhpe



**Fotografía # 04.** Borlas para la faja de la china  
**Por:** Teresa Quizhpe

## f) Observación o comentarios

En la actualidad es menor el número de personas que saben del arte de tejer las fajas de la china; en esta ocasión la única mujer que sabe de este arte dentro de la comunidad es la señora Rosa Medina. Según nos comenta, es hace 16 años que no había tejido, por tanto para ella era un reto recordar todo el proceso. El presente trabajo de registro, se convirtió en una oportunidad importante para recordar y enseñar a sus hijos e hijas.

## g) Glosario de términos

### - Callua



Instrumento elaborado generalmente de chonta (*Bactris gasipaes*), que permite compactar en base a golpes las hebras de hilo que componen el tejido. Mide 12 cm de largo y hasta 6cm de ancho.

### - Chikchina o pikchi



Tradicionalmente era elaborado de hueso tibia de la gallina, actualmente es elaborado de rañis (*Viburnum hallii*). Este es un instrumento que mide hasta 23 cm de largo, un espesor variante que puede llegar hasta 4.5cm, tiene forma cilíndrica y es útil para que el tejedor separe o una las hebras de hilo o mini mientras teje.

### - Chapircha



Tipo de cinturón elaborado de cuero de la cabeza de la res, con el cual el tejedor se mantiene firme para mantener templado toda la urdimbre. Mide 85cm de largo y 20cm de ancho en la parte central.

### - Tactes



Constituyen dos estacas de madera de rañis (*Viburnum hallii*), que sirven de parantes extremos a la hora de urdir. Miden 70cm de largo y un espesor de 12.5cm; una

parte de las varas es aplanada y se dirige hacia adentro a la hora de urdir.

- **Darines**



espesor.

Está conformado por tres estacas delgadas y lisas de madera de rañis (*Viburnum hallii*) o chonta negra (*Bactris gasipaes*), que permite el cruce de hilos para colocar la illagua. Miden 50cm de largo y 2cm de

- **Illagua**



Contención de hilos en un par de varas delgadas de rañis (*Viburnum hallii*) manteniendo cruzadas las hebras al momento de avanzar en el tejido de la prenda. Mide de 15cm de largo.

- **Tupa**



Es un fuste de madera liviana como carrizo o chaguarquero (*Agave americana*) que tiene la medida de largo de la prenda, según lo pida el dueño.

- **Rodillo**



Instrumento elaborada de madera de donde se sujeta la chaprecha. Tiene 120 cm de largo y 16cm de perímetro.

- **Jidinchí**



Instrumento confeccionado de rañis (*Viburnum hallii*) alargado de 80 cm de largo y 1.5cm de diámetro, donde se enreda el hilo trama para pasar de izquierda a derecha y viceversa al momento de tejer una prenda.

## b. Índice de Potencial Interpretativo (IPI)

A partir del inventario de los recursos interpretativos, se identificaron los rasgos que tienen valor patrimonial de cada uno de los recursos y que genera una oportunidad interpretativa. Estos rasgos permitieron realizar el análisis cualitativo, cuantitativo y de salvaguarda de cada uno de los recursos.

### a. Análisis cualitativo

Con el ánimo de visualizar la posibilidad de interacción entre los recursos interpretativos y las audiencias se analizó cada rasgo utilizando un rango de ponderación cualitativa. Los resultados son presentados en el cuadro N° 13.

**Cuadro N° 13.** Análisis cualitativo para la interpretación de los recursos interpretativos

Nombre del recurso	Proceso textil / rasgo interpretativo	Potencial interpretativo		
		Bajo	Medio	Alto
<b>1. Poncho</b>	Urdido		+	
	Tejido		+	
	Teñido			+
	Producto terminado		+	
<b>2. Bayeta</b>	Urdido		+	
	Tejido		+	
	Batanado			+
	Tinturado			+
	Producto terminado		+	
<b>3. Faja Ñakcha</b>	Urdido		+	
	Tejido			+
	Producto terminado		+	
<b>4. Hilado</b>	Lavado de lana	+		
	Escarmenado		+	
	Elaboración de hilo			+
	Ovillado		+	
<b>5. Tinturado</b>	Lavado de madejas	+		
	Extracción de tinta			+
	Teñido			+
<b>6. Faja de la china</b>	Urdido		+	
	Tejido		+	
	Producto terminado		+	

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

En el cuadro N° 13 se evidencia un nivel de interacción Alto entre los procesos textiles o rasgo interpretativo y la audiencia, entre los cuales tenemos 7: teñido del poncho, batanado y tinturado de la bayeta, tejido de la faja ñakcha, elaboración del hilo a través del hilado, extracción de la tinta y teñido.

En el rango Medio de interacción tenemos 13: pocho (urdido, tejido y la prenda terminada); bayeta (urdido, tejido y prenda terminada); faja ñakcha (urdido y prenda terminada); hilado (escarmenado y ovillado); faja de la china (urdido, tejido y producto terminado).

En el rango Bajo de interacción se encuentran 2: lavado de la lana y lavado de madejas.

### b. Análisis cuantitativo

Adaptando los parámetros de Morales y Varela (1986) se analizó cuantitativamente cada recurso interpretativo. Los resultados se presentan en el cuadro N° 14.

**Cuadro N° 14.** Valoración del ÍPI de los recursos interpretativos

<b>Recursos interpretativos</b>						
<b>Parámetros</b>	<b>Poncho</b>	<b>Bayeta</b>	<b>Faja Ñakcha</b>	<b>Hilado</b>	<b>Tinturado</b>	<b>Faja de la china</b>
1. Singularidad	5	4	5	5	5	5
2. Resistencia al impacto	3	3	3	3	3	2
3. Predisposición comunitaria a mostrar el recurso	5	5	4	5	3	3
4. Accesibilidad	3	4	5	5	5	4
5. Disponibilidad	2	3	1	5	4	1
6. Afluencia actual	1	1	1	1	1	1
7. Información disponible	5	5	3	5	4	3
8. Pertinencia interpretativa	5	5	5	5	5	5
9. Facilidad de auto interpretarse	4	4	2	3	2	2
10. Seguridad	4	4	2	4	2	2
11. Adecuación	2	2	2	4	3	2
<b>Puntuación total</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>33</b>	<b>45</b>	<b>37</b>	<b>30</b>
<b>Porcentaje %</b>	<b>71</b>	<b>73</b>	<b>60</b>	<b>82</b>	<b>67</b>	<b>55</b>

Como se puede observar en el cuadro N° 14 todos los recursos suman un índice de potencial interpretativo mayor a 30 puntos sobre 55 totales, indicando que todos los

recursos existentes tienen las características y condiciones aceptables para ser interpretados.

El puntaje bajo se concentra en los parámetros: resistencia al impacto y adecuación del espacio circundante donde se hace efectiva la interpretación, esto es debido a que los recursos a interpretarse no se encuentran culturalmente fortalecidas y corren el riesgo de perder su continuidad en el tiempo, además de que los espacios donde se desarrollan las actividades de los textileros en su mayoría deben ser adecuadas con una cubierta, ampliando de esta manera el área donde los visitantes puedan llegar disfrutar cómodamente el proceso interpretativo.

El proceso de hilado, la elaboración de la bayeta y el poncho, son recursos culturales que superan el 71% del puntaje; lo cual indica que estos elementos cuentan con las condiciones necesarias para su uso turístico e interpretativo.

En el caso del tinturado con plantas y el proceso de elaboración de las fajas de la china y faja ñakcha, son los recursos que tienen menos del 67% de puntaje, debido en específico a la valoración de ciertos parámetros como: información disponible, seguridad (fuerza simbólica del elemento para la comunidad) y adecuación del entorno.

### c. Análisis de salvaguarda

Considerando lo planteado por el INPC (2011) e incluyendo medidas para la conservación y uso de los recursos interpretativos se realizó el análisis de salvaguarda.

**Cuadro N° 15.** Análisis de salvaguardar los recursos interpretativos

<b>Elementos culturales a interpretar</b>	<b>Categoría INPC</b>	<b>Criterios INPC</b>	<b>Medidas para conservación y uso</b>	<b>Condiciones de uso turístico</b>
<b>Hilado</b>	Manifestación Vigente	Representatividad y reconocimiento comunitario y/o colectivo.	Uso social y turístico sin riesgo	Libre
		Transmisión intergeneracional y vigencia		

Elementos culturales a interpretar	Categoría INPC	Criterios INPC	Medidas para conservación y uso	Condiciones de uso turístico
<b>Poncho</b>	Manifestación Vigente Vulnerable	Representatividad y reconocimiento comunitario y/o colectivo.	Tomar medidas para revitalizar y fortalecer dando lugar al uso social y turístico	Libre
<b>Tinturado</b>				Con permiso
<b>Bayeta</b>		Con permiso		
<b>Faja ñakcha</b>		Con permiso		
		Fragilidad en el proceso de transmisión.		
<b>Faja de la china</b>	Manifestación Vigente en la Memoria	Representatividad y reconocimiento comunitario	Tomar medidas urgentes para revitalizar y fortalecer lo que se está olvidando y promover el uso social y turístico	Restringido
		Memoria		

**Fuente:** INPC, 2011.

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

Los recursos culturales con potencialidad interpretativa alta como: poncho, bayeta, tinturado, faja ñakcha, se encuentran en una categoría de vulnerabilidad, por tanto, antes de su uso turístico e interpretativo se deben tomar medidas para fortalecer el uso social del recurso.

El proceso de hilado es el único recurso que cumple óptimas condiciones para ser utilizado sin riesgo en el proceso interpretativo.

El proceso de elaboración de la faja de la china es un recurso interpretativo con las condiciones de uso turístico restringido, debido a que su confección está en peligro de desaparecer por influencias de otras similares a precios bajos que provocan el remplazo de las fajas tradicionales por otras ajenas a la cultura local.

#### **d. Matriz de consolidación de resultados de la evaluación del potencial interpretativo**

En base al inventario de recursos interpretativos y el Índice de Potencial Interpretativo de los mismos (análisis cualitativo, cuantitativo y de salvaguarda) se elaboró el cuadro N° 16 que consolida estos resultados.

**Cuadro N° 16.** Matriz resumen de IPI y ESRC para la comunidad de Pichig

RECURSOS CULTURALES	ETAPA (S) A INTERPRETAR	POTENCIAL INTERPRETATIVO			V. IPI	% IPI	CATEGORÍA	MEDIDAS PARA CONSERVACIÓN Y USO	CONDICIONES DE USO TURÍSTICO
		Bajo	Medio	Alto					
<b>Hilado</b>	Lavado de lana	+	-	-	45	82	MV	Uso social y turístico sin riesgo	Libre
	Escarmenado	-	+	-					
	Elaboración de hilo	-	-	+					
	Ovillado	-	+	-					
<b>Poncho</b>	Urdido	-	+	-	39	71	MVV	Tomar medidas para fortalecerlo ampliando la cobertura de uso social, viabilizando el uso turístico	Libre
	Tejido	-	+	-					
	Teñido	-	-	+					
	Producto terminado	-	+	-					
<b>Tinturado</b>	Lavado de madejas	+	-	-	37	67	MVV	Tomar medidas para fortalecerlo ampliando la cobertura de uso social, viabilizando el uso turístico	Con permiso
	Extracción de tinta	-	-	+					
	Teñido	-	-	+					
<b>Bayeta</b>	Urdido	-	+	-	40	73	MVV	Tomar medidas para fortalecerlo ampliando la cobertura de uso social, viabilizando el uso turístico	Con permiso
	Tejido	-	+	-					
	Batanado	-	-	+					
	Tinturado	-	-	+					
	Producto terminado	-	+	-					
<b>Faja ñakcha</b>	Urdido	-	+	-	33	60	MVV	Tomar medidas para fortalecerlo ampliando la cobertura de uso social, viabilizando el uso turístico	Con permiso
	Tejido	-	-	+					
	Producto terminado	-	+	-					
<b>Faja de la china</b>	Urdido	-	+	-	30	55	MVMV	Tomar medidas urgentes para revitalizar y fortalecer lo que se está olvidando y promover el uso social y turístico	Restringido
	Tejido	-	+	-					
	Producto terminado	-	+	-					

Realizado por: Teresa Quizhpe

## B. VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO

### 1. Estudio de mercado

#### a. Análisis de la oferta

##### 1) Análisis de la oferta turística de la parroquia San Lucas

En la actualidad la parroquia San Lucas a pesar de contar con una variedad de recursos con potencial turístico, no ha incursionado en este campo, por lo que no cuenta con productos turísticos técnicamente elaborados para ofrecer al turista, sin embargo, se han venido realizando visitas turísticas esporádicas no planificadas ni controladas por el gobierno parroquial, que signifiquen beneficios a las comunidades involucradas.

La baja cobertura de servicios básicos en la parroquia, es una de las razones que frena la inserción de proyectos de diversa índole, que puedan contribuir al desarrollo local.

En la comunidad de Pichig existe una casa comunitaria con capacidad de dar hospedaje a 55 personas. Dispone de camas simples a un costo de 5 dólares la noche, incluyendo cocina para que preparen sus propios alimentos. Actual responsable Señor Abran Guayllas, síndico de la comunidad.

En la cabecera parroquial se dispone de 1 establecimiento legalmente constituido que brinda servicios de alimentación al público en general.

#### Cuadro N° 17. Establecimiento de alimentación y bebidas de la Parroquia San Lucas

Nombre del establecimiento	Especialidades	Categoría	Propietario	Dirección	Nº de mesas	Plazas
Los Amigos	Menú variado y tradicional local	Tercera	Julio Guayllas	Calle principal San Lucas	11	40
Contacto: 0986492361						

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014

## 2) Análisis de la oferta turística de los cantones Loja y Saraguro

Para determinar el tipo de productos turísticos que actualmente se comercializan dentro de la provincia de Loja, se realizó el análisis de 14 establecimientos categorizados como duales (agencia de viajes y operadora) y operadoras de turismo dentro de los cantones Saraguro y Loja. Los resultados se presentan a continuación:

### a) Localización de las agencias y operadoras de turismo

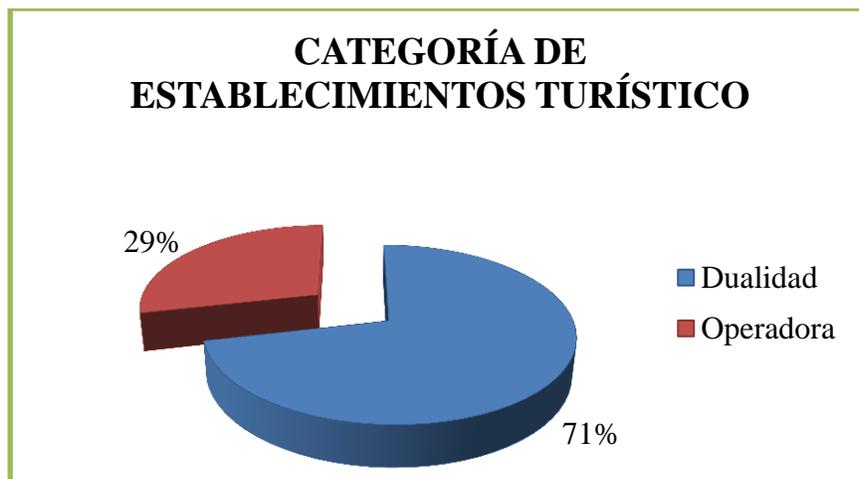
**Cuadro N° 18.** Agencias y operadoras de turismo de los cantones Loja y Saraguro

N°	Nombre del establecimiento	Categoría	Localización
1	Amazon Travel CIA. LTDA	Dualidad	Loja
2	Abad Castillo CIA. LTDA	Dualidad	
3	Atlantis Travel Fec CIA. LTDA	Dualidad	
4	B & B TRAVEL CIA. LTDA	Dualidad	
5	Centro de Peregrinaciones María Reina de la Paz CIA. LTDA	Dualidad	
6	Confiatur CIA. LTDA	Dualidad	
7	Ecotel Travel CIA. LTDA	Dualidad	
8	Fasaytursa S.A	Dualidad	
9	Hatunchasqui CÍA. LTDA.	Dualidad	
10	Vilcatur CIA. LTDA.	Dualidad	
11	Aratinga Aventuras CIA. LTDA.	Operadora	
12	Bombuscaro CIA. LTDA.	Operadora	
13	Rutas Del Sur CÍA. LTDA.	Operadora	
14	Saraurku	Operadora	Saraguro

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014

La mayor cantidad de agencias y operadoras de turismo están localizadas en la ciudad de Loja, por ser la capital de la provincia y estar rodeada por los principales sectores turísticos más conocidos y visitados por nacionales y extranjeros como Vilcabamba, El Cisne, Saraguro, Parque Eólico, entre otros.

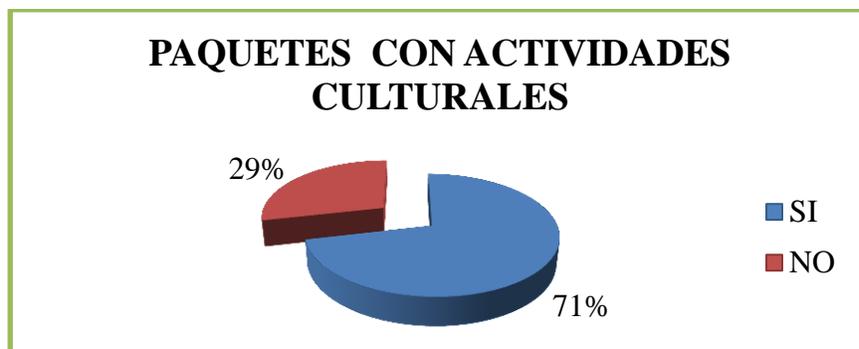
**b) Categoría**



**Gráfico N° 2.** Categoría de las agencias y operadoras de turismo de los cantones Loja y Saraguro

El 71% de los establecimientos que comercializan paquetes que incluyen actividades culturales son agencia de viajes y el 29% son operadoras; significando que los productos turísticos provinciales están siendo promocionados a nivel nacional e internacional.

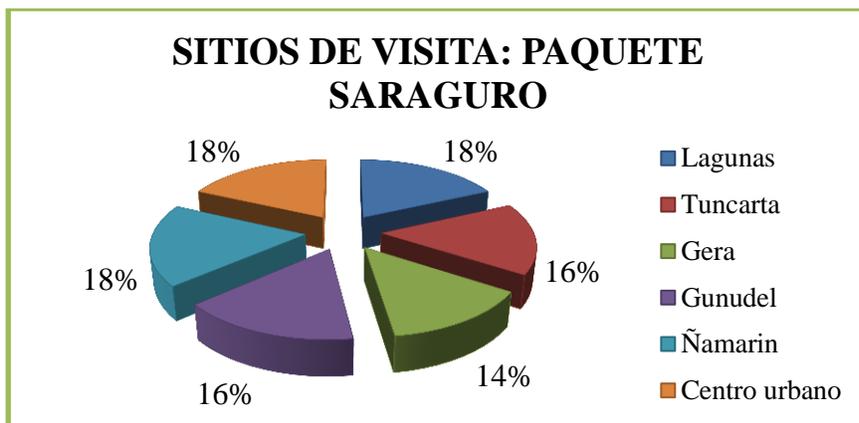
**c) Disponibilidad de paquetes que incluyen actividades culturales**



**Gráfico N° 3.** Agencias y operadoras que disponen paquetes con actividades culturales

El 71%, es decir 10 de 14 agencias y operadoras de turismo de los cantones Loja y Saraguro cuentan con paquetes que incluyen actividades culturales dentro de su recorrido. Mientras que 4, el 29% no ofertan este tipo de productos.

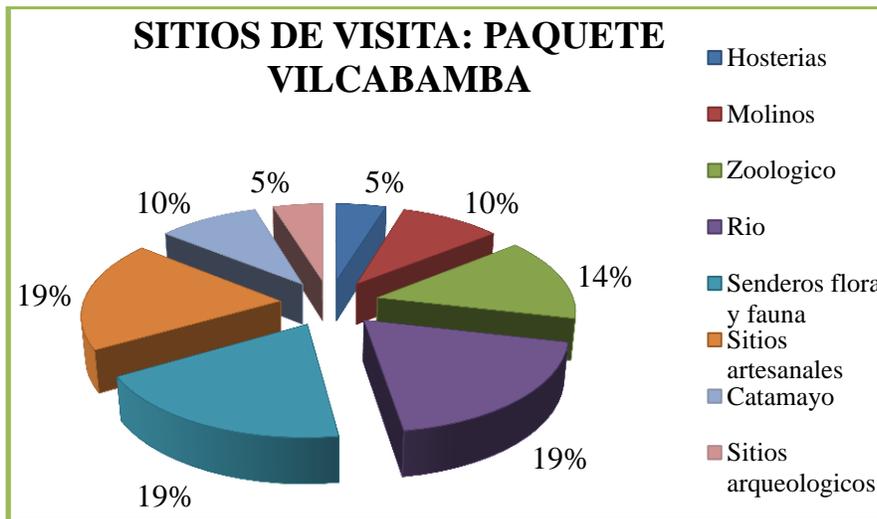
**d) Sitios de visita: paquete Saraguro**



**Gráfico N° 4.** Sitios de visita de los paquetes que incluyen actividades culturales

Los paquetes turísticos que contienen actividades culturales incluyen la visita a Saraguro, donde a través de la Red de Turismo Comunitario se desarrollan actividades con mayor frecuencia en las comunidades de Lagunas, Centro Urbano y Ñamarin, con menor frecuencia a Tuncarta, Gunudel y Gera.

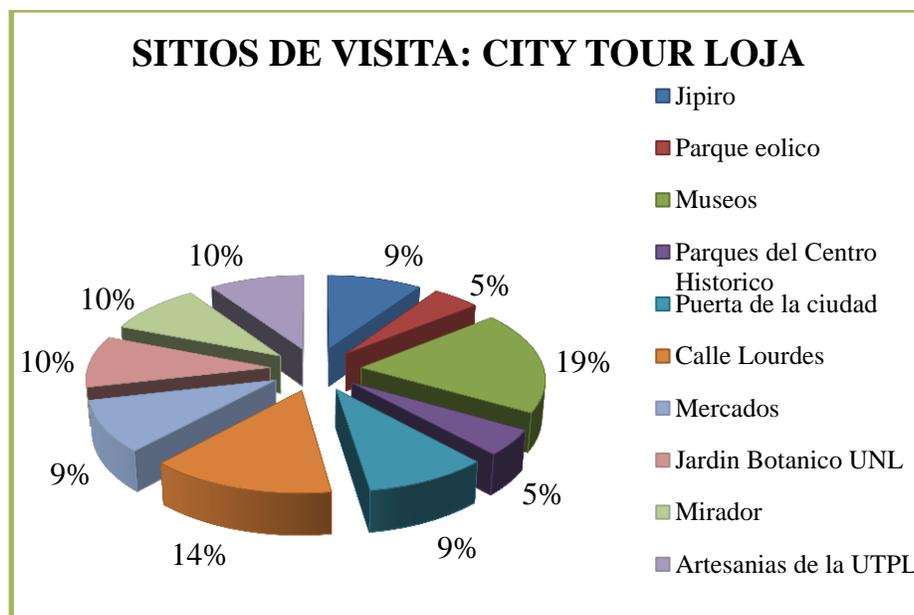
**e) Sitios de visita: paquete en Vilcabamba**



**Gráfico N° 5.** Sitios de visita de los paquetes que incluyen actividades culturales en Vilcabamba

Los paquetes turísticos desarrollados en Vilcabamba y que contienen actividades culturales, frecuentemente incluye en su recorrido los siguientes puntos de mayor atracción: río para realizar el baño para la longevidad y sitios artesanales; sin embargo actividades relacionadas con la apreciación de la naturaleza como: senderos de flora y fauna y el zoológico tienen gran acogida a la hora de visitar este lugar, en complemento con las actividades de naturaleza cultural.

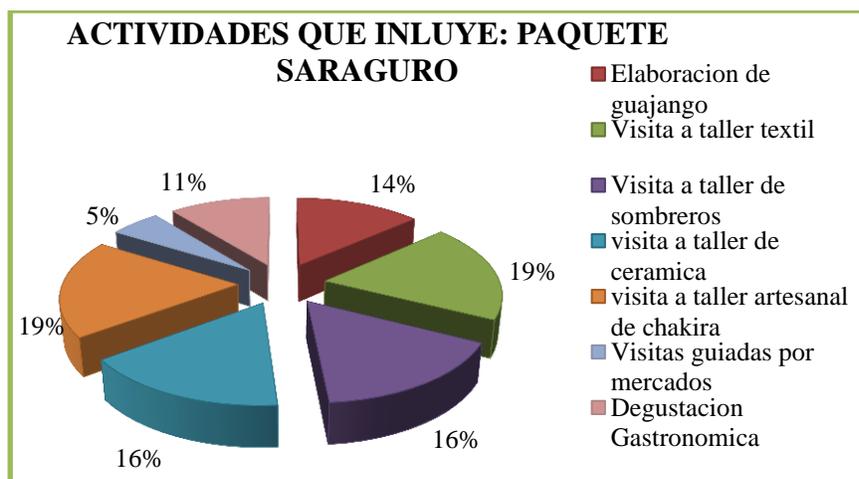
#### f) Sitios de visita en el paquete city tour Loja



**Gráfico N° 6.** Sitios de visita en el paquete city tour Loja

Los sitios de mayor acogida al realizar el city tour Loja son: los museos, visita a la calle Lourdes, compra de artesanías, visita a los mercados locales, Puerta de la Ciudad, y parques del Centro Histórico. Complementada con actividades de apreciación de la naturaleza como: visita a Jardín Botánico UNL, mirador, Parque Jipiro y Parque Eólico.

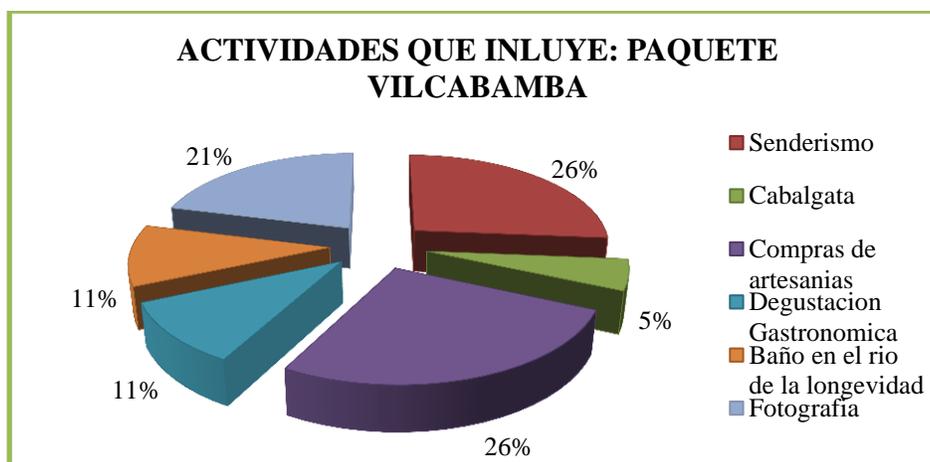
### g) Actividades que incluyen: paquete Saraguro



**Gráfico N° 7.** Actividades culturales que incluyen los paquetes en Saraguro

Las actividades preferidas en el paquete Saraguro son visita al taller artesanal textil y de diseño y confección de artesanías de mullo o chaquira, seguido por visita a los talleres de sombreros tradicionales de lana y cerámica; otras de las actividades preferidas son elaboración de guajango, degustación gastronómica y visita guiada por mercados.

### h) Actividades que incluyen: paquete Vilcabamba

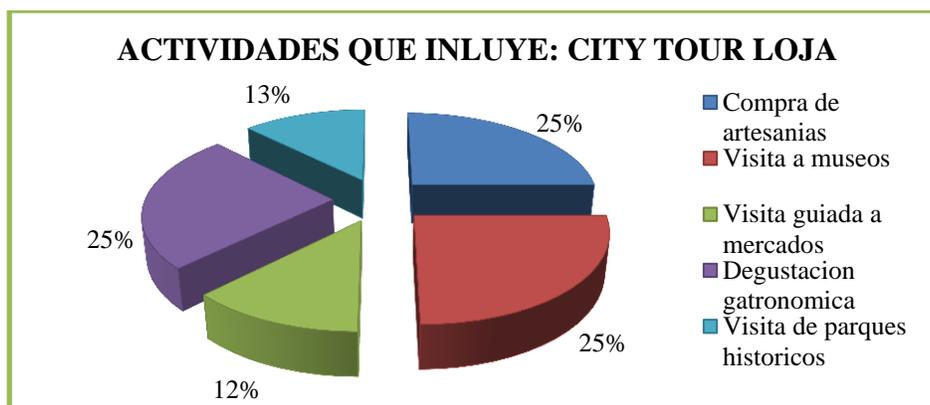


**Gráfico N° 8.** Actividades culturales que incluyen los paquetes en Vilcabamba

Las actividades preferidas a realizar al visitar Vilcabamba son complementadas significativamente entre las de carácter natural y cultural como senderismo, compras de

artesanía y fotografía; otras de las actividades preferidas son baño en el río de la longevidad, degustación gastronómica y cabalgata.

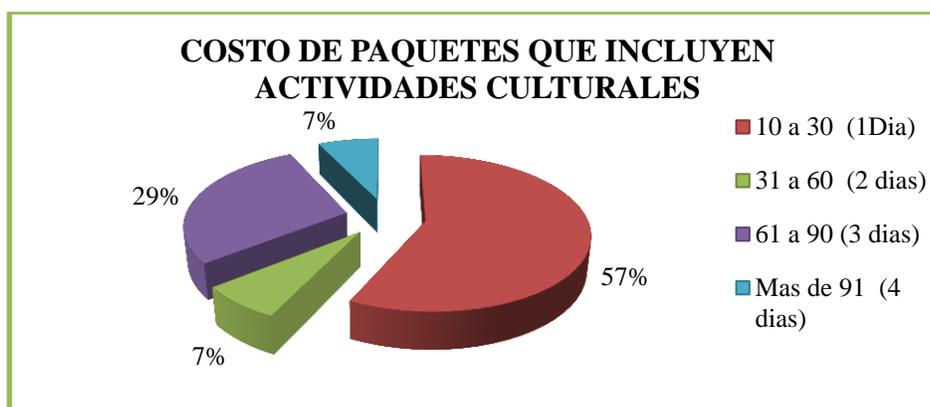
**i) Actividades que incluyen: City tour Loja**



**Gráfico N° 9.** Actividades culturales que incluyen los paquetes en la ciudad de Loja

Las actividades preferidas a realizar en el city tour Loja son compra de artesanías, visita a museos y degustación gastronómica; otras de las actividades preferidas son visitas guiadas a parques históricos y mercados locales.

**j) Costo de paquetes que incluyen actividades culturales**

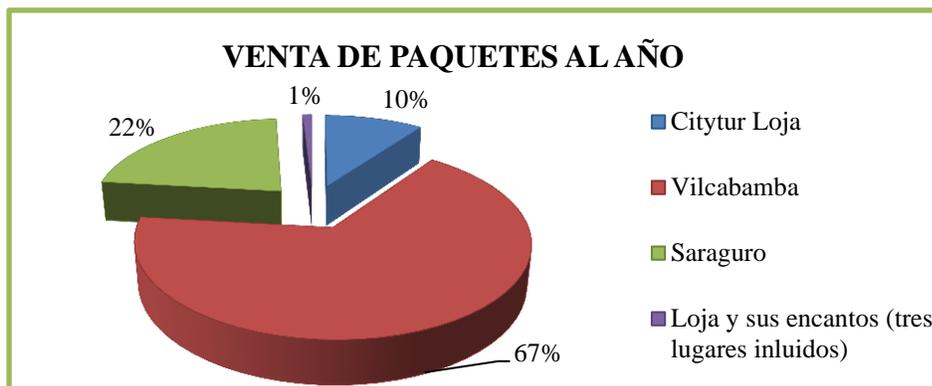


**Gráfico N° 10.** Costo por día de los paquetes que incluyen actividades culturales

Los datos estadísticos muestran que la permanencia de los turistas que llegan al cantón Loja, es baja, debido a que el 57% compran paquetes que tienen un costo entre los 10 a 30 dólares,

cuya duración es de un día; el 29% compra paquetes de 61 a 90 dólares cuya duración es de 3 días.

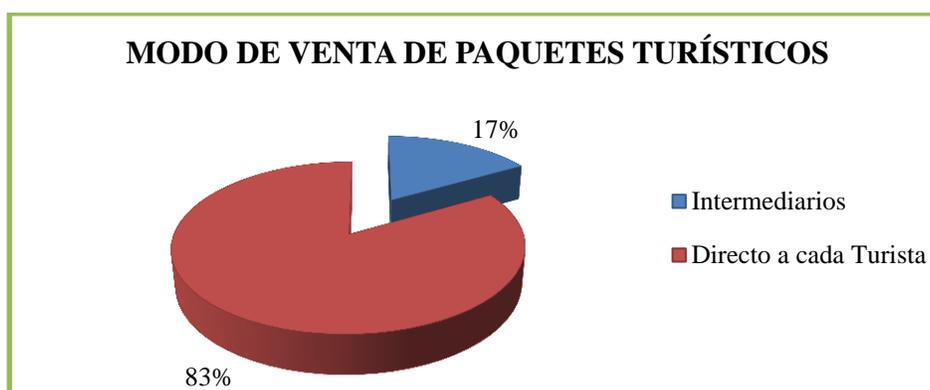
#### k) Venta de paquetes al año



**Gráfico N° 11.** Ventas anuales de paquetes que incluyen actividades culturales

Los paquetes más vendidos son los dirigidos a Vilcabamba “Valle de la Longevidad” con un 67%, seguido por Saraguro en un 22% como otro punto de paso y estadía turística; mientras que el City Tour Loja tiene una demanda del 10% y 1% el paquete que incluye la visita a los tres lugares en conjunto, denominado “Loja y sus Encantos”.

#### l) Modo de venta de paquetes turísticos



**Gráfico N° 12.** Estrategia de comercialización de paquetes que incluyen actividades culturales

En un 83% los paquetes turísticos son vendidos directamente al turista, el 17% se lo realiza por intermediación a través de agencias mayoristas.

### m) Medios de comunicación más utilizados para promoción de paquetes



**Gráfico N° 13.** Medios de comunicación más utilizados para promocionar los paquetes

El 24% de las agencias y operadoras de turismo están aliados con amigos y familiares para promocionar sus productos, el 21% prefiere hacerlo a través de las redes sociales, los sitios web en un 18% y a través de guías turísticas en un 16%, en menor porcentaje las agencias utilizan la televisión, prensa escrita, y hoteles para promover la venta de sus paquetes según la temporada.

### 3) Oferta sustitutiva

La Red de turismo comunitario “Saraguro Rikuy” en conjunto con la operadora de turismo “Saraurku”, disponen dentro de su oferta paquetes turísticos que incluyen la visita a dos comunidades: Ñamarin y Lagunas, donde se ubican talleres de producción textil tradicional Saraguro; esta actividad netamente cultural es desarrollada in situ, es decir en la casa de las personas que se dedican a este arte. Las particularidades de cada lugar de visita se detallan en el cuadro N° 19.

**Cuadro N° 19.** Proyecto: CTC “Saraguro Rikuy”

<b>Comunidad</b>	<b>Temática</b>	<b>Actividades</b>
<b>Ñamarin</b>	Tejidos tradicionales en telar y makana. Labores con lana de oveja	<p>Bienvenida y explicación por parte de los dueños sobre el tiempo de experiencia. Ellos se encuentran trajeados con la vestimenta tradicional Saraguro y son kichwa hablantes.</p> <p>Demostraciones interpretativas del proceso de tejido, exposición de productos elaborados de lana y explicación del tinturado.</p> <p>Existe la facilidad de fotografiar.</p>
<b>Lagunas</b>	Tejidos y creaciones múltiples en telar con hilos de orlón y algodón.	<p>Bienvenida y explicación por parte de los dueños sobre el tiempo de experiencia. Ellos se encuentran trajeados con la vestimenta tradicional Saraguro y son kichwa hablantes.</p> <p>Demostraciones interpretativas y exposición de productos elaborados de algodón y orlón.</p>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

#### **4) Oferta complementaria**

La oferta complementaria esta enriquecida por atractivos turísticos importantes tanto de tipo histórico arqueológico, natural y cultural dentro de los cantones de Saraguro y Loja.

##### **1) Saraguro**

- Comunidad de Gera y la tradicional bebida llamada Guajango (Tsawar mishki)
- Kapak Ñan
- Cascada Baños del Inka
- Excursión al Bosque de Washapamba
- Excursión al Cerro de Arcos del páramo a la sabana
- Ruta del mirador y sitio arqueológico El León Dormido
- Trekking Saraguro-Yacuambi
- Ascenso al cerro Puglla

## 2) Loja

- Parque Jipiro
- Centro histórico de la ciudad de Loja
- Jardín Botánico de la UNL
- Parque Eólico
- Visita al mercado de los dulces
- Virgen de El cisne
- Vilcabamba el valle de la longevidad
- Catamayo y su gastronomía tradicional

## 5) Proyección de la oferta

La oferta turística potencial en relación a los productos turísticos ofertados por la Red de Turismo comunitario “Saraguro Rikuy” para los próximos 5 años es el siguiente:

**Cuadro N° 20.** Proyección de la oferta para los próximos cinco años.

N °	Año	Nacionales	Extranjeros	Oferta potencial
0	2013	608	579	1.187
1	2014	634	603	1.237
2	2015	688	655	1.343
3	2016	778	741	1.519
4	2017	917	874	1.791
5	2018	1.127	1.073	2.200

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

Los datos proyectados evidencian el nivel de acogida que tienen para el turista los productos turísticos relacionados a la cultura Saraguro, por lo que cada año sube cantidad de visitas en un 4.2%.

## **b. Análisis de la demanda**

### **1) Perfil del consumidor de bienes y servicios**

Para caracterizar el perfil del consumidor de bienes y servicios se utilizó el informe final de Evaluación de Potencialidad Turística de la Parroquia San Lucas, cantón Loja (2013), el mismo que considera como universo de estudio a la demanda turística que dispone la Red de Turismo Comunitario “Saraguro Rikuy”, a través de la Operadora de Turismo Saraurku. En el marco de los resultados obtenidos en este estudio, se detalla el perfil del turista nacional y extranjero.

#### **a) Perfil del turista nacional**

El 69% de turistas nacionales son mujeres, mientras que el 31% restante son varones. El 58% tienen una edad entre 26 y 40 años. El 40% tienen una edad entre los 18 a 25 años. Mientras que el 2% tiene una edad mayor a los 40 años. El 34% de turistas proceden de la provincia de Loja, el 27% del Azuay, 22% de Pichincha, 11% de Tungurahua, 4% de Bolívar y 2% de Sucumbíos.

El 46% de los turistas viajan por motivo de visita a familiares y amigos, el 25% por negocios, el 19% por turismo, 6% por estudios, 3% por religión y 1% Otros. Entre las actividades preferidas, se encuentra, la visita a talleres de artes manuales el 29%, degustación gastronómica el 23%, visita a sitios arqueológicos el 11%, atractivos naturales el 10%, festividades y rituales indígenas el 8%, cabalgatas el 8%, ciclismo el 5%, agroturismo el 3%, convivencia con familias en las comunidades el 2%, avistamiento de aves el 1%.

Entre los servicios turísticos que se consumen están: el 44% alimentación y 44% transporte, el 7% información turística, el 4% hace uso de establecimientos de alojamiento y el 1% de Guianza turística. Entorno a la calidad del servicio de alojamiento el 43% dice ser muy bueno, el 29% opina que es malo y el 28% bueno. Referente al servicio de alimentación el 82% indica que es bueno, el 18% muy bueno. El turista nacional hace poco uso de guías nativos, sin embargo se opina que el servicio es muy bueno. Entorno al servicio de transporte el 55%

opinan que es muy bueno, el 45% opina que es bueno. En relación al servicio de información turística el 62% de turistas opinan que es muy bueno, el 38% excelente.

El 40% prefiere hospedarse en hotel, el 22% en camping, el 13% en cabaña, el 13% en albergue, el 9% en casa de familias y el 4% en hostales.

Los turistas nacionales el 44% viaja en el mes de agosto, el 24% diciembre, el 16% septiembre, el 9% en julio, el 4% en marzo, el 4% en noviembre; se caracteriza porque el 70% viaja en familia, el 15% en pareja, el 9% en grupo de amigos y el 6% solo. El 69% permanece dentro de la provincia por más de 7 días, el 18% de 4 a 7 días y el 13% de 2 a 3 días. El 87% de turistas nacionales opinan que la actividad turística en Loja es buena, el 7% indica que es muy bueno; mientras que el 6% considera que es mala.

Entre los medios de comunicación más útiles están: el 45% amigos, 42% internet, 5% prensa, 4% guías de turismo.

#### **b) Perfil del turista extranjero**

El 57% de turistas extranjeros son mujeres, mientras que el 43% restante son varones; el 62% tienen una edad mayor a los 40 años, el 17% está entre los 18 a 25 años; mientras que el 15% tiene entre 26 a 40 años, y el 6% es menor a 18 años de edad. El 47% proceden de los EE.UU, 13% de Chile, 8% de Brasil, 8% de Francia, 6% de Alemania, 6% de Argentina, 4% de Colombia, 2% de Perú, 2% Bulgaria, 2% de Finlandia, 2% de Canadá y 2% de Holanda.

El 57% viaja por motivo de turismo, el 28% por visita a familiares y amigos, el 8% por negocios y en menores porcentajes viajan por religión, estudios y otros. Entre las actividades preferidas está la visita a sitios arqueológicos el 18%, talleres de artes manuales el 16%, degustación gastronómica el 14%, atractivos naturales el 11%, festividades y rituales indígenas el 11%, cabalgatas el 8%, ciclismo el 8%, avistamiento de aves el 7%, convivencia con familias en las comunidades el 4% y agroturismo el 3%.

Los servicios mayormente consumidos y utilizados son: alimentación 29%, alojamiento 29% y transporte 29%, el 7% ha recibido información turística, el 4% hace uso de servicios de tour y el 3% de guianza turística.

En referencia a la calidad de los servicios, el 43% opina que el servicio de alojamiento es muy bueno, el 42% opina que es excelente y el 15% indica que el servicio es bueno. Entorno al servicio de alimentación el 55% indica que el servicio es muy bueno, mientras que el 45% opina que es excelente. El 60% de turistas extranjeros opina que el servicio de guianza es bueno, mientras que el 40% restante opina que es muy bueno. El 57% opinan que el servicio de transporte es bueno, el 32% considera que es muy bueno, mientras que el 11% opina que es de mala calidad. El 75% opina que el servicio de información turística es muy bueno; mientras que el 25% manifiesta que este servicio es bueno.

El 43% de turistas extranjeros prefieren hospedarse en cabañas, en casas de familias de la comunidad el 24%, camping el 22%, en hotel el 7%, en hostel el 4%. Los meses en que viaja son: diciembre el 23%, agosto el 13%, septiembre el 13%, octubre el 13%, en noviembre el 11%, marzo 8% y abril el 8%, enero 4% y febrero el 4%, mayo el 2% y junio el 2%. Generalmente viaja solo el 49%, el 28% en pareja y el 23% en grupo de amigos. Permanecen dentro de la provincia de 4 a 7 días el 40%, de 2 a 3 días el 25%, más de 7 días el 21% y el 15% solo un día. Los medios de comunicación más útiles para los turistas extranjeros en un 42% es la prensa, guías de viajes en un 38%, internet el 17% y los amigos para el 4%.

El 96% de turistas extranjeros opinan que la actividad turística en Loja es buena, mientras que el 4% indica que es muy bueno.

## **2) Proyección de la demanda**

La demanda turística para la provincia de Loja en los próximos 5 años es el siguiente:

**Cuadro N° 21.** Proyección de la demanda potencial para los próximos cinco años.

<b>N°</b>	<b>Año</b>	<b>Nacionales</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Demanda potencial</b>
<b>0</b>	<b>2013</b>	<b>4307</b>	<b>3562</b>	<b>7869</b>
<b>1</b>	2014	4867	3826	8692
<b>2</b>	2015	6215	4413	10627
<b>3</b>	2016	8967	5467	14434
<b>4</b>	2017	14620	7273	21894
<b>5</b>	2018	26937	10393	37331

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

La demanda turística potencial por año crece hacia el sur del Ecuador, por lo cual existe una oportunidad para desarrollar nuevos emprendimientos turísticos, aprovechando y extendiendo al máximo la estadía y consumo de bienes y servicios por parte de los turistas en la provincia de Loja.

### **c. Confrontación oferta –demanda**

#### **1) Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha, se determinó a través de una diferencia entre los valores de la demanda potencial y la oferta potencial.

**Cuadro N° 22.** Proyección de la demanda insatisfecha.

<b>N°</b>	<b>Año</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Oferta potencial</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
<b>0</b>	<b>2013</b>	<b>7869</b>	<b>1187</b>	<b>6682</b>
<b>1</b>	2014	8892	1237	7655
<b>2</b>	2015	11354	1343	10011
<b>3</b>	2016	16383	1519	14864
<b>4</b>	2017	26712	1791	24921
<b>5</b>	2018	49215	2200	47015

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

Hasta la actualidad la oferta atiende a 1187 personas lo que representa al 15% de la demanda, por tanto, la demanda insatisfecha actual corresponde a 6682 equivalente al 85%. El valor de la oferta actual se obtuvo de los datos proporcionados por la Red de Turismo Comunitario “Saraguro Rikuy” a través de la operadora “Sara urku” (2013).

## 2) Proyección de la demanda objetivo

La demanda objetivo que el centro pretende captar es el 65%, tomando en consideración el espacio disponible para la interpretación. El tamaño de grupo de turistas a ser atendido se conforma de un máximo de 12 personas para que la visita alcance un nivel de satisfacción alto, y sobre todo se minimice los posibles impactos socioculturales y ambientales.

**Cuadro N° 23.** Proyección de la demanda objetivo a ser captado por el centro.

N°	Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo 65%	Demanda objetivo mensual	Demanda objetivo semanal	Demanda objetivo por día
<b>0</b>	<b>2013</b>	<b>6.682</b>	<b>4.343</b>	<b>362</b>	<b>90</b>	<b>12</b>
<b>1</b>	2014	7.655	4.976	415	104	14
<b>2</b>	2015	10.011	6.507	542	136	18
<b>3</b>	2016	14.864	9.661	805	201	27
<b>4</b>	2017	24.921	16.198	1.350	337	45
<b>5</b>	2018	47.015	30.560	2.547	637	85

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

La demanda objetivo por día nos indica que en los primeros 2 años la visita será de un promedio de 1 grupo por día, mientras que en los posteriores 3 años es posible recibir entre 2, 4 a 7 grupos diarios.

## C. VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

### 1. Análisis de audiencias

#### a. Audiencia turística

##### 1) Universo de estudio

Para el análisis de la audiencia turística se consideró el número de visitantes nacionales y extranjeros que arribaron a la ciudad de Loja, en el año 2013, los mismos que sumaron un total de 7869 personas, según los registros estadísticos dispuestos por el GADML.

**Cuadro N° 24.** Detalle de audiencia y universo.

<b>Audiencia</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>
Turistas nacionales	4328
Turistas extranjeros	3541
<b>Total</b>	<b>7869</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

##### 2) Determinación de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de Canavos (1998), con la cual se obtuvo el número de encuestas que fueron aplicadas al universo antes mencionado teniendo como resultado lo siguiente:

**Cuadro N° 25.** Detalle del proceso de muestreo.

<b>n:</b>	<b>Tamaño de la muestra</b>	<b>262</b>
<b>N:</b>	Universo de estudio	<b>7869</b>
<b>e:</b>	Margen de error	<b>5%</b>
<b>z:</b>	Nivel de confianza	<b>1.64</b>   95%
<b>P:</b>	Probabilidad de ocurrencia	<b>0.5</b>
<b>Q:</b>	Probabilidad de no ocurrencia	<b>0.5</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 26.** Número de encuestas a aplicarse en cada segmento

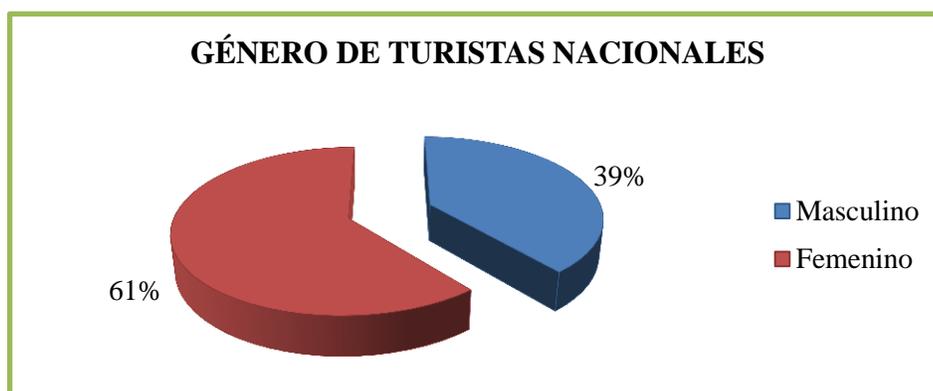
Segmento	% Visitantes	Número de encuestas
Nacional	55	144
Internacional	45	118
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>262</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

### 3) Sistematización estadística de datos

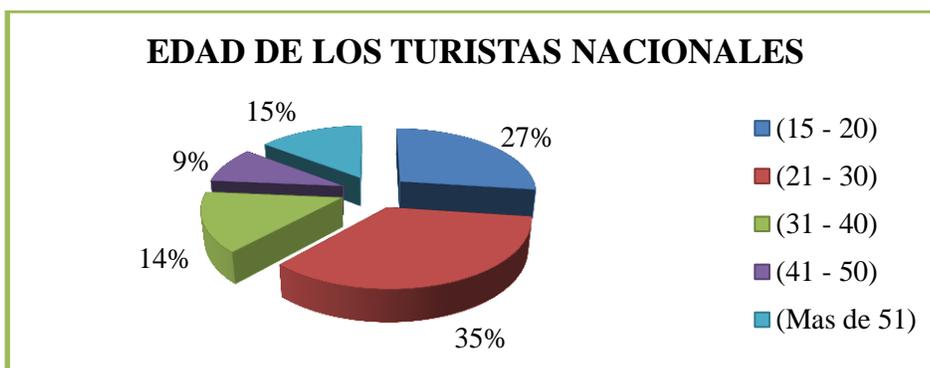
#### a) Audiencia turística nacional

##### i. Género

**Gráfico N° 17.** Género de turistas nacionales

El 61% de turistas nacionales son de género femenino, mientras que el 39% complementario corresponde al género masculino.

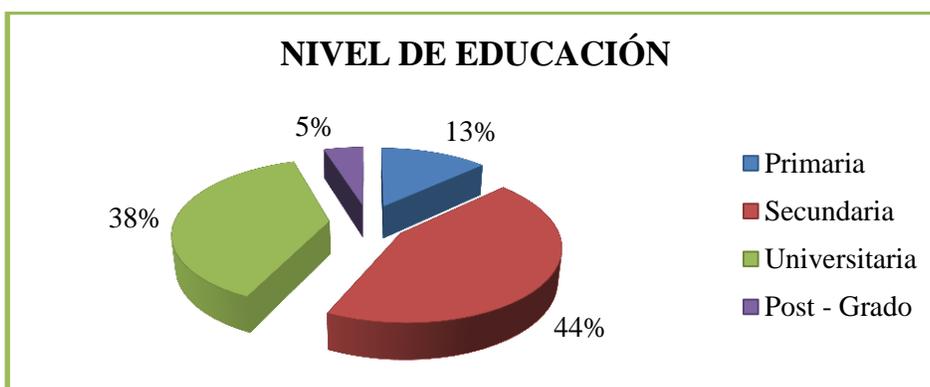
## ii. Edad de los turistas nacionales



**Gráfico N° 14.** Edad de los turistas nacionales

El rango de edad que se destaca en el segmento de turistas nacionales es el comprendido entre los 15 a 20 y 21 a 30 años en un 27% y 35% respectivamente. El 15% complementario está constituido por personas de la tercera edad y personas con edad entre los 31 y 40 años, en un 14%.

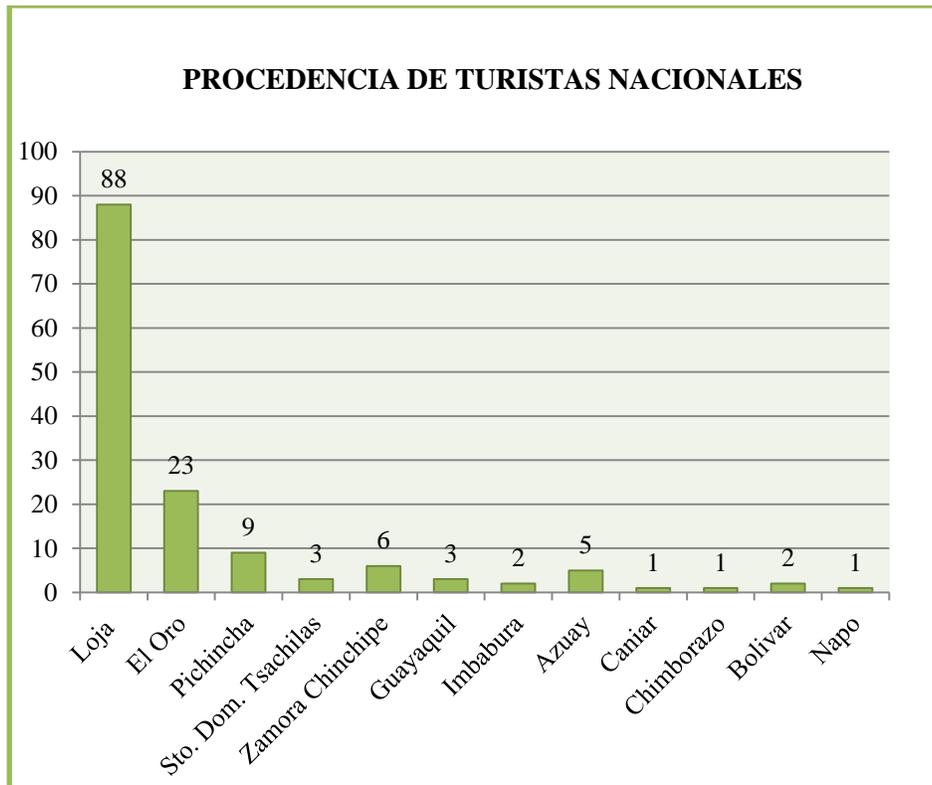
## iii. Nivel de educación



**Gráfico N° 15.** Nivel de educación de los turistas nacionales

Un 44% de turistas nacionales manifiestan tener el nivel secundario en los estudios académicos, seguido por el 38% de personas con nivel académico universitario; el 13% y 5%, corresponden a segmentos de personas con un nivel primario y de post – grado respectivamente.

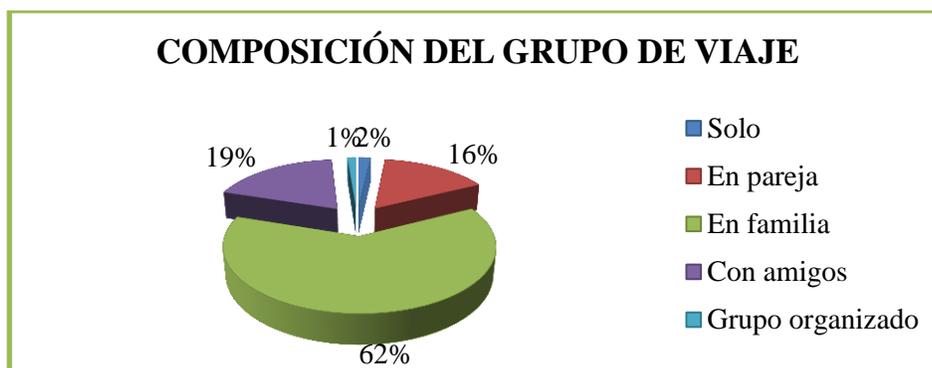
#### iv. Procedencia de turistas nacionales



**Gráfico N° 16.** Lugar de procedencia de turistas nacionales

El 61% de turistas provienen de las diferentes ciudades y cantones de la provincia de Loja, complementado por el 16% de personas que proceden de la provincia vecina de El Oro, 6% de Pichincha, 4% Zamora Chinchipe y 4% del Azuay y otros segmentos menores al 2% provienen de otros puntos del país.

#### v. Composición del grupo de viaje de turistas nacionales



**Gráfico N° 17.** Composición del grupo de viaje de turistas nacionales

El grupo de viaje es mixto, debido a que el 62% de turistas nacionales gustan de los viajes en familia, 19% con amigos y 16% en pareja; con relación a este particular los productos turísticos a ofertarse deben contar con adecuaciones, facilidades y servicios pertinentes para este tipo de segmento que es de prioridad para iniciar un establecimiento turístico.

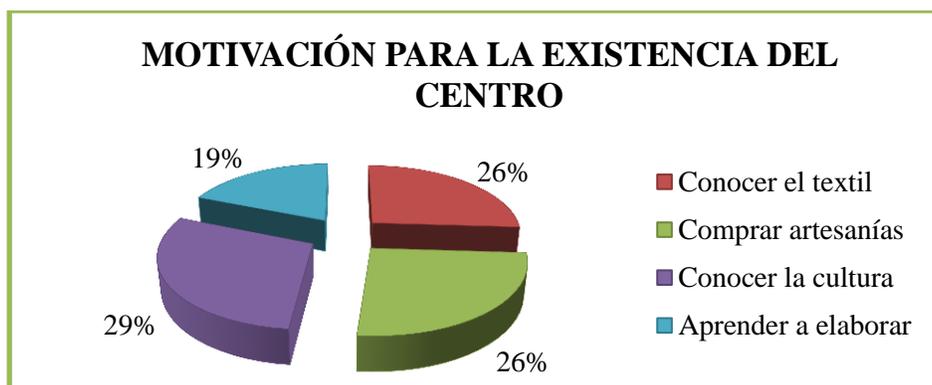
#### vi. Interés de contar con un Centro de Interpretación Cultural Textil



**Gráfico N° 18.** Interés de contar con un centro

El 92% de los turistas nacionales, tienen interés de contar con un centro para visitarlo durante sus viajes. El 8% considera de su interés otras actividades turísticas relacionadas con sitios arqueológicos, agroturismo y gastronomía tradicional Saraguro.

### vii. Motivación para la existencia del centro



**Gráfico N° 19.** Motivación para la existencia del centro

Un 29% del total de turistas consideran que es importante contar con un centro, para conocer la cultura Saraguro. Un 26% opina que con la apertura del Centro, tendría la oportunidad de comprar artesanías de lana; complementariamente otro 26% cree que a través de este centro tendría la oportunidad de conocer el textil tradicional Saraguro; además, un 19% considera que se generaría la oportunidad para aprender a elaborar el textil.

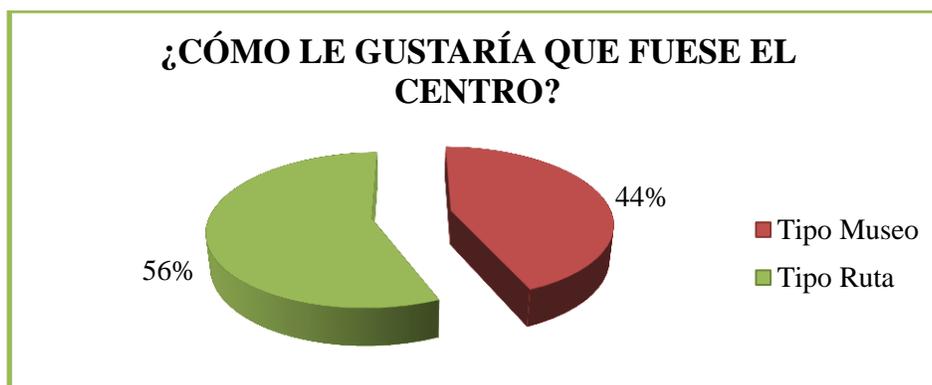
### viii. Preferencia de otros temas y actividades



**Gráfico N° 20.** Preferencia de otros temas y actividades

El 8% de los turistas nacionales ante la propuesta de implementación del centro, más bien prefieren actividades diferentes relacionadas a rutas arqueológicas el 50%; rutas agroturísticas 25% y degustación gastronómica el 25%.

ix. ¿Cómo le gustaría que fuese el centro?



**Gráfico N° 21.** ¿Cómo le gustaría que fuese el centro?

El 56% considera que el centro debería ser tipo ruta, que incluya un recorrido interpretativo en los hogares de quienes se dedican al arte de elaboración del textil dentro de la comunidad; mientras que el 44% considera de su interés, tener un centro tipo museo, que incluya un recorrido en un solo lugar.

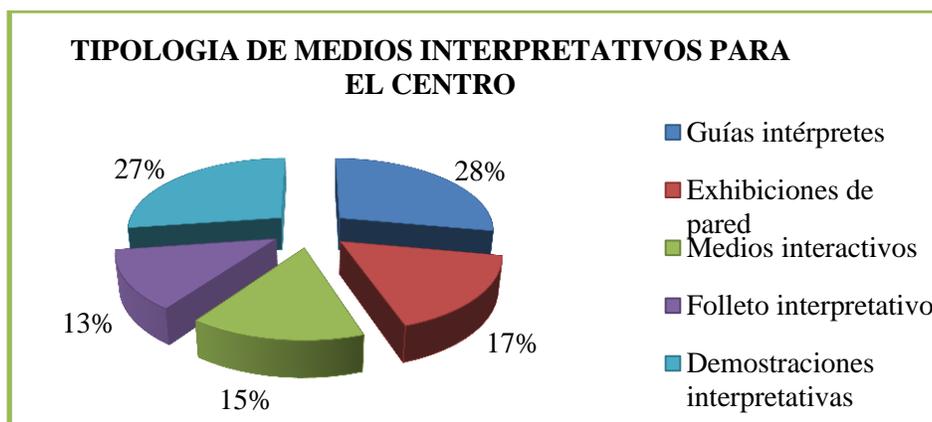
x. Tiempo que destinaría para el recorrido en el centro



**Gráfico N° 22.** Tiempo que destinaría para el recorrido en el centro

El 46% de los turistas nacionales destinarían una hora para disfrutar de la visita al centro; el 44% está de acuerdo a que el recorrido dure más de una hora; mientras que el 10% considera suficiente que su recorrido dure 30 minutos.

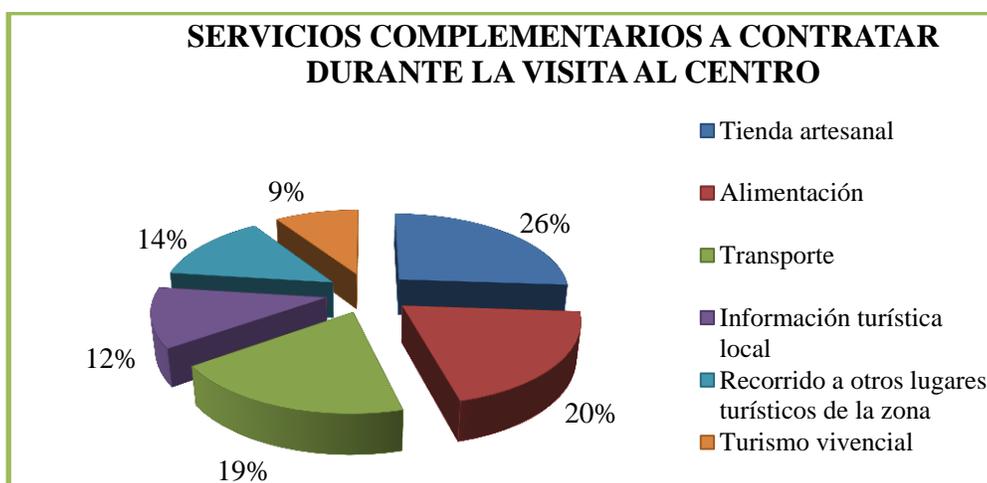
### xi. Tipología de medios interpretativos para el centro



**Gráfico N° 23.** Tipología de medios interpretativos para el centro

Referente al centro el 28% considera que el recorrido debería darse con la ayuda de guías intérpretes; complementariamente un 27% opina que el recorrido debería incluir demostraciones interpretativas. El 17% considera que las exhibiciones de pared sería un buen complemento para la interpretación; mientras que un 15% opina que deberían existir medios interactivos y folletos interpretativos manifiesta el 13%.

### xii. Servicios complementarios a contratar durante la visita al centro

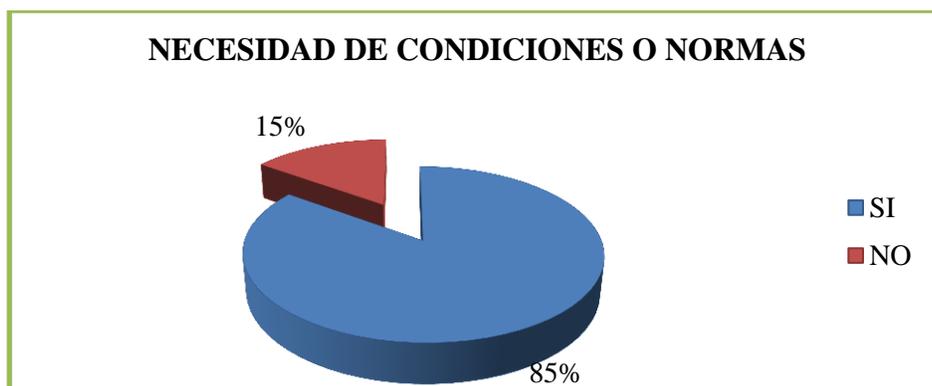


**Gráfico N° 24.** Servicios complementarios a contratar durante la visita al centro

Los servicios complementarios que mayormente pueden ser contratados son: en un 26% tienda artesanal, seguido por un 20% alimentación, transporte el 19%, recorridos a otros

lugares turísticos de la comunidad 14%, información turística local el 12% y un 9% turismo vivencial.

### xiii. Normas para prevenir efectos negativos del turismo en la comunidad



**Gráfico N° 25.** Normas para prevenir efectos negativos del turismo en la comunidad

El 85% de turistas nacionales consideran que es necesario condiciones o normas para que la visita de turistas no cause efectos negativos a la comunidad, mientras que el 15% complementario considera lo contrario.

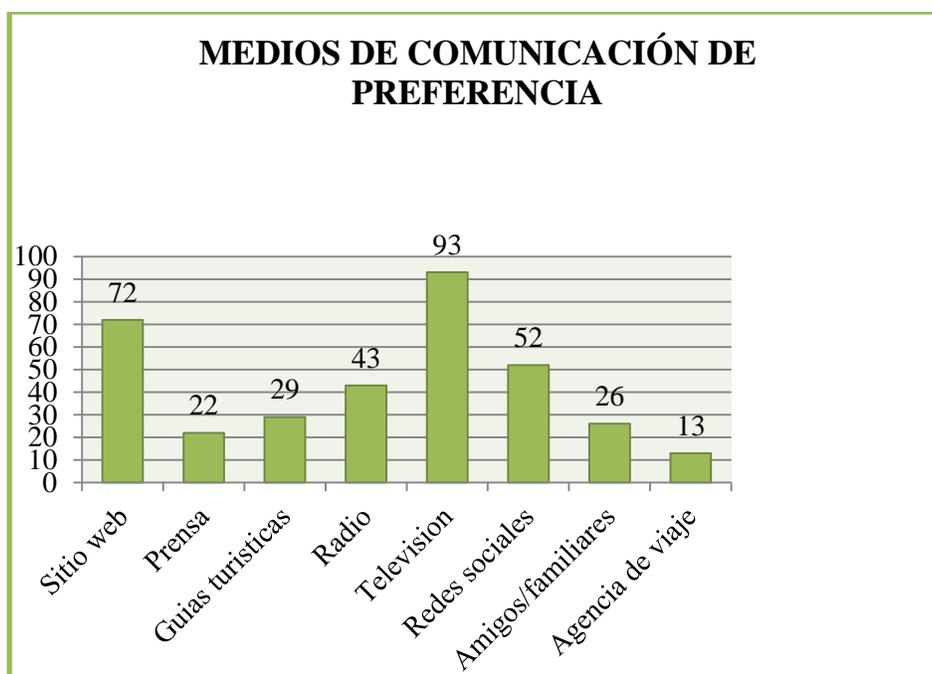
### xiv. Condiciones que influirían para NO recomendar o retornar a un lugar



**Gráfico N° 26.** Condiciones que influirían para NO recomendar o retornar a un lugar

El 27% de turistas nacionales consideran, que las condiciones que harían que no recomienden o dejen de visitar un lugar sería el control de ingesta de drogas, alcoholes y tabaco, mientras que el 25% opina que sería la condición de no ingresar a la comunidad con alimentos foráneos, sino consumir la producción agrícola local; un 22% manifiesta que sería la condición de quitarle la libertad de fotografiar; el 18% considera molesto la condición de no botar basura; mientras que el 7% se opone a realizar recorridos turísticos en la comunidad, únicamente con la compañía de un guía nativo.

#### xv. Medios de comunicación de preferencia

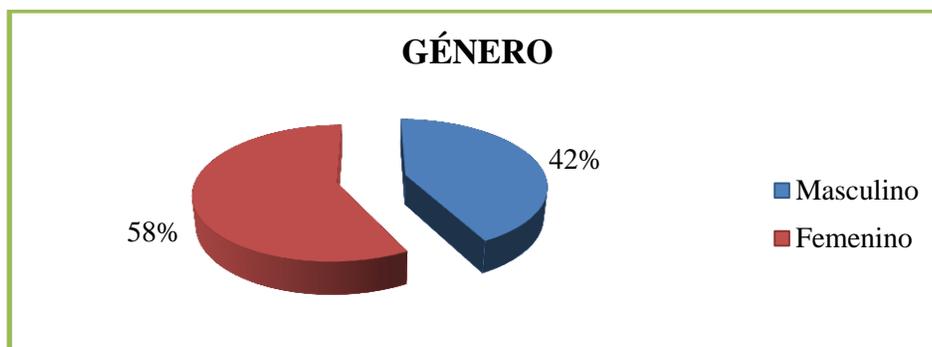


**Gráfico N° 27.** Medios de comunicación de preferencia

Los medios de comunicación que el turista nacional utilizaría para informarse del centro, en un 27% es la televisión, el 21% prefiere un sitio web, el 15% en redes sociales, un 12% en radio, el 8% en guías turísticas, el 7% a través de amigos y familiares y el 4% en agencias de viajes.

## b) Audiencia turística internacional

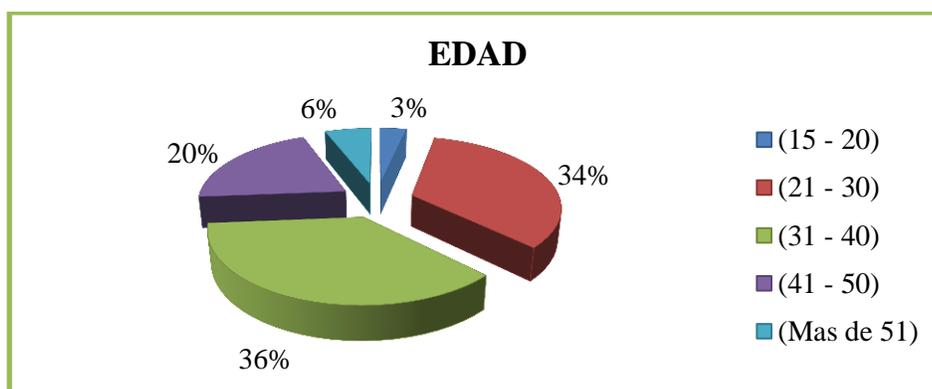
### i. Género



**Gráfico N° 28.** Género de turistas internacionales

En el segmento de turistas extranjeros se manifiesta un 58% de género femenino, siendo complementado por el 42% del género masculino.

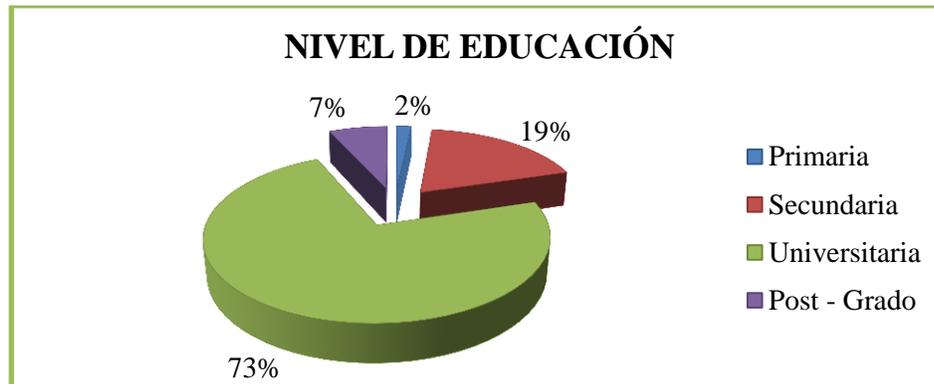
### ii. Edad de turistas



**Gráfico N° 29.** Edad de turistas internacionales

El rango de edad que se destaca en el segmento de turistas internacionales es el comprendido entre los 31 a 40 con un 36%; el 34% corresponde al rango de 21 a 30 años, y el 20% complementario a quienes comprenden una edad entre los 41 a 50 años. En 6% y 3% restante está constituido por personas de la tercera edad y personas con edad entre los 15 a 20 años respectivamente.

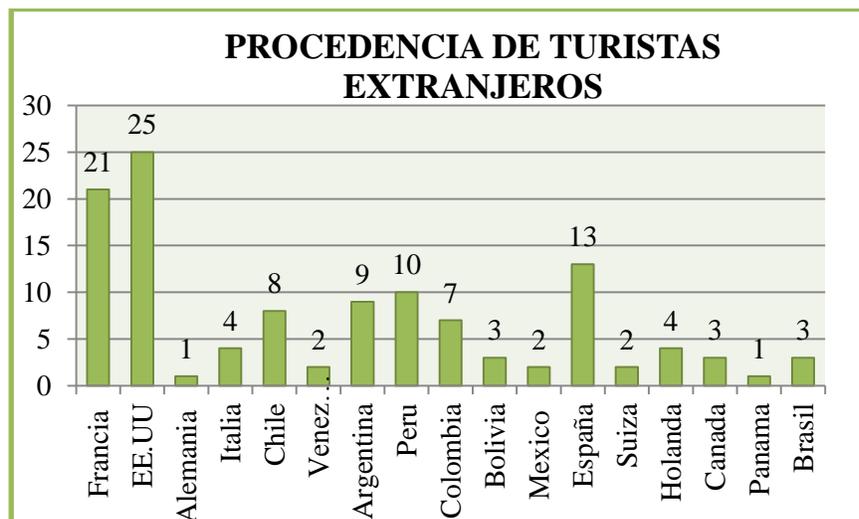
### iii. Nivel de educación de turistas



**Gráfico N° 30.** Nivel de educación de turistas internacionales

El 73% de turistas internacionales manifiestan tener un nivel de educación universitaria, seguido por el 19% de personas con nivel académico secundario; el 7% y 2% restante corresponden a personas con un nivel de estudios de post – grado y nivel primario respectivamente.

### iv. País de procedencia de turistas internacionales



**Gráfico N° 31.** País de procedencia de turistas internacionales

El 21% de turistas provienen de los EE.UU, 18% de Francia, 11% de España, 8% de Argentina, 8% de Perú, 7% Chile, y en menores porcentajes provienen de países como: Italia, Alemania, México, Canadá, Holanda, Suiza e Italia.

#### v. Composición del grupo de viaje de turistas extranjeros



**Gráfico N° 32.** Composición del grupo de viaje de turistas extranjeros

El 35% de turistas internacionales viajan en familia, 28% en pareja, 19% solos, 13% con amigos y el 5% complementario viaja en grupos organizados.

#### vi. Interés de contar con un centro



**Gráfico N° 33.** Interés de contar con un centro

El 99% de los turistas, tienen interés de contar con un centro para visitarlo durante sus viajes. El 1% restante considera de su interés otras actividades turísticas relacionadas con sitios arqueológicos, agroturismo y gastronomía tradicional Saraguro.

### vii. Motivación para la existencia del centro



**Gráfico N° 34.** Motivación para la existencia del centro

Un 36% del total de turistas consideran que es importante contar con un centro, para conocer la cultura Saraguro. Un 31% opina que con la apertura del centro, tendría la oportunidad de comprar artesanías de lana; complementariamente otro 25% cree que a través de este centro tendría la oportunidad de conocer el textil tradicional Saraguro; además, un 8% considera que se generaría la oportunidad para aprender a elaborar el textil.

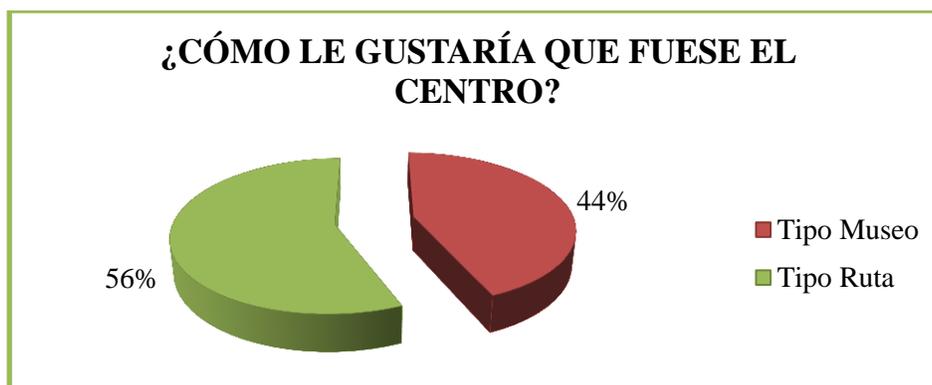
### viii. Preferencia de otros temas y actividades

**Cuadro N° 27.** Preferencia de otros temas y actividades

Preferencia de otros temas y actividades	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Rutas arqueológicas	1	100
Rutas agroturísticas	0	0
Degustación gastronómica	0	0
TOTAL	1	100

De 118 turistas extranjero ante la propuesta de implementación del Centro Interpretativo Cultural Textil, 1 prefiere actividades relacionadas a rutas arqueológicas.

**ix. ¿Cómo le gustaría que fuese el centro?**



**Gráfico N° 35.** ¿Cómo le gustaría que fuese el centro?

El 56% considera que el centro debería ser tipo ruta, que incluya un recorrido interpretativo en los hogares de quienes se dedican al arte de elaboración del textil dentro de la comunidad; mientras que el 44% considera de su interés, tener un centro tipo museo, que incluya un recorrido en un solo lugar.

**x. Tiempo que destinaría para el recorrido en el centro**



**Gráfico N° 36.** Tiempo que destinaría para el recorrido en el centro

El 72% de los turistas extranjeros destinarían una hora para disfrutar de la visita al centro, mientras que el 28% está de acuerdo a que el recorrido dure más de una hora.

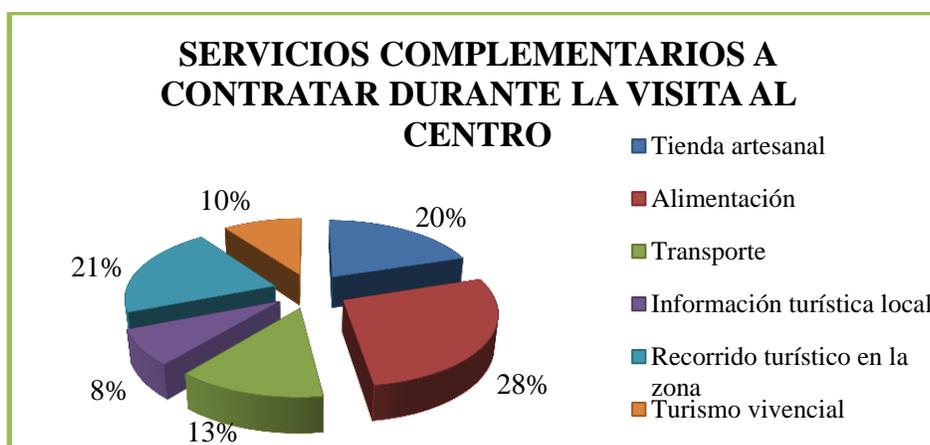
### xi. Tipología de medios interpretativos para el centro



**Gráfico N° 37. Tipología de medios interpretativos para el centro**

Referente al centro el 37% considera que el recorrido debería basarse en las demostraciones interpretativas; el 32% cree importante la compañía de guías intérpretes; el 15% opina que deberían existir medios interactivos, además, el 13% considera que las exhibiciones de pared sería un buen complemento para la interpretación, sumado a ello el 4% opina que los folletos interpretativos también son importantes.

### xii. Servicios complementarios a contratar durante la visita al centro



**Gráfico N° 38. Servicios complementarios a contratar durante la visita al centro**

Entre los servicios complementarios a contratar están: el 28% alimentación, 21% recorridos a otros lugares turísticos de la zona, el 20% tienda artesanal, 13% transporte; el 10% turismo vivencial y el 8% información turística local.

### xiii. Condiciones o normas para prevenir efectos negativos del turismo en la comunidad



**Gráfico N° 39.** Normas para prevenir efectos negativos del turismo en la comunidad

El 90% de turistas extranjeros consideran que es necesario condiciones o normas para que la visita de turistas no cause efectos negativos a la comunidad, mientras que el 10% complementario considera lo contrario.

### xiv. Condiciones que influirían para NO recomendar o retornar a un lugar

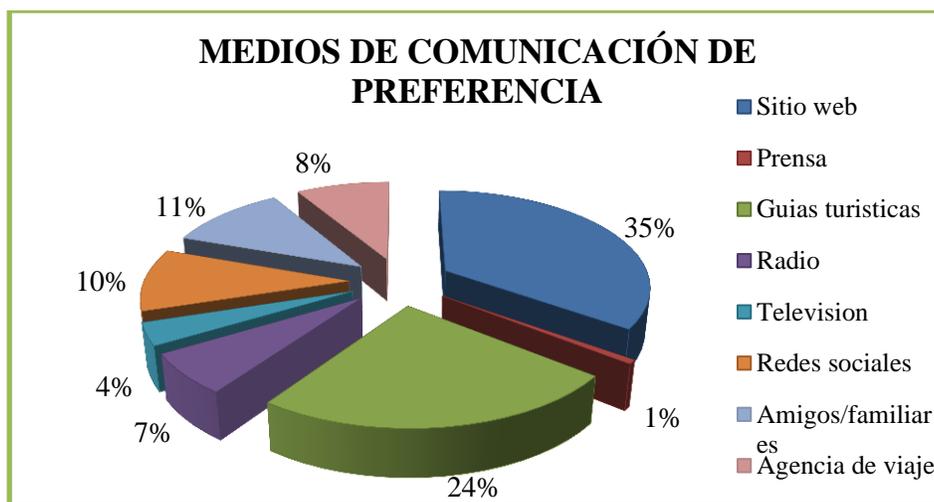


**Gráfico N° 40.** Condiciones que influirían para NO recomendar o retornar a un lugar

El 38% de turistas extranjeros consideran, que las condiciones que harían que no recomienden o dejen de visitar un lugar sería: la obligación de ingresar a la comunidad sin alimentos foráneos y consumir los productos locales. Un 20% no está de acuerdo con fotografiar condicionadamente, mientras que el 18% no está de acuerdo con el control de ingesta de drogas, alcohol y tabaco. El 14% se opone a realizar recorridos turísticos en la comunidad,

únicamente con la compañía de un guía nativo, además un 9% considera molesto la condición de no votar basura durante el recorrido.

#### xv. Medios de comunicación de preferencia



**Gráfico N° 41.** Medios de comunicación de preferencia

Los medios de comunicación que el turista extranjero utilizaría para informarse del centro, en un 35% es el sitio web, el 24% prefiere enterarse a través de guías turísticas, el 11% a través de la recomendación de amigos y familiares, un 10% por medio de redes sociales, el 8% a través de agencias de viajes, un 7% a través de la radio y el 4% a través de la televisión.

#### c) Perfil de la audiencia turística

##### i. Turista nacional

El 61% de la audiencia turística nacional es femenina, mientras que el 39% complementario corresponde al género masculino; su rango de edad es de 15 a 30 años el 62%, tercera edad el 15%, 31 a 40 años el 14%; provenientes de ciudades y cantones de la provincia de Loja el 61%, provincia de El Oro el 16%, Pichincha el 6%, Zamora Chinchipe el 4% y Azuay el 4%; los mismos que prefieren viajar en familia el 62%, con amigos el 19% y en pareja el 16%.

El 44% tienen el nivel de instrucción secundaria y el 38% universitaria. El 92% tienen interés de contar con un centro, el 29% opina que serviría para conocer la cultura Saraguro; el 26% para comprar artesanías de lana; el 26% para conocer el textil tradicional Saraguro; además, un 19% considera que se convertiría en una oportunidad para aprender a elaborar el textil.

El 56% considera que el centro debería ser tipo ruta; mientras que el 44% considera de su interés tener un Centro tipo museo, el tiempo que disponen para visitarlo es de una hora el 46% y más de una hora el 44%. El 28% apoya a que el recorrido debería darse con la ayuda de guías intérpretes, demostraciones interpretativas el 27%, exhibiciones de pared el 17%, medios interactivos el 15% y folletos interpretativos el 13%.

Los servicios complementarios potenciales a ser contratados son: tienda artesanal el 26%, alimentación el 20%, transporte el 19%, recorridos a otros lugares turísticos de la comunidad el 14% e información turística local el 12%.

El 85% de turistas consideran necesario condiciones o normas para que la visita de turistas no cause efectos negativos a la comunidad. Las posibles condiciones que según ellos influiría en su decisión para visitar o recomendar un destino son: control de ingesta de drogas, alcoholes y tabaco el 27%, no ingresar a la comunidad con alimentos foráneos el 25%, condiciones para fotografiar el 22%, no botar basura el 18%, recorridos turísticos en la comunidad únicamente con la compañía de un guía nativo el 7%.

Los medios de comunicación de preferencia son: 27% la televisión, 21% sitio web, 15% redes sociales, 12% radio, 8% guía turística, 7% a través de amigos y familiares y el 4% en agencias de viajes.

## **ii. Turista extranjero**

El segmento turístico extranjero se caracteriza por que el 58% son de género femenino y el 42% del género masculino. Su rango de edad está comprendido entre los 31 a 40 años el 36%, 21 a 30 años el 34% y 41 a 50 años el 20%. El 21% provienen de los EE.UU, 18% de Francia, 11% de España, 8% de Argentina, 8% de Perú, 7% de Chile, y en menores porcentajes provienen de países como: Italia, Alemania, México, Canadá, Holanda, Suiza e Italia. El 35%

de ellos viajan en familia, 28% en pareja, 19% solos y 13% con amigos. El 73% tienen un nivel de instrucción universitaria.

El 99% de los turistas tienen interés de contar con un centro, opinando que serviría para conocer la cultura Saraguro el 36%, comprar artesanías de lana el 31%; conocer el textil tradicional Saraguro el 25% y oportunidad para aprender a elaborar el textil el 8%.

El 56% opina que el centro debería ser tipo ruta, mientras que el 44% tipo museo. Para visitarlo el 72% destinarían una hora y el 28% más de una hora. El 37% considera que el recorrido debería basarse en las demostraciones interpretativas; el 32% con guías intérpretes, el 15% medios interactivos y el 13% considera que las exhibiciones de pared sería un buen complemento.

Los servicios complementarios con posibilidad de ser contratados son: alimentación 28%, recorridos a otros lugares turísticos de la zona 21%, tienda artesanal 20%, transporte 13% y turismo vivencial 10%.

Todos consideran que es necesario condiciones o normas para que la visita de turistas no cause efectos negativos a la comunidad. Las condiciones que harían que no recomienden o dejen de visitar un lugar sería: la obligación de ingresar a la comunidad sin alimentos foráneos y consumir los productos locales el 38%, condiciones para fotografiar el 20%, ingesta de drogas, alcoholes y tabaco el 18%, recorridos turísticos en la comunidad únicamente con la compañía de un guía nativo el 14% y no votar basura el 9%.

Los medios de comunicación de preferencia son: sitio web el 35%, guías turísticas el 24%, amigo y familiares el 11%, redes sociales el 10% y agencias de viajes el 8%.

## b. Análisis de la audiencia comunitaria

### 1) Universo de estudio

Para el análisis de audiencia y anfitrión comunitario se consideró el total de la población en edad de trabajar (PET), que suma un total de 549 personas entre jóvenes y adultos, según datos publicados por el INEC en el año 2010.

### 2) Determinación de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra a ser aplicada en la audiencia comunitaria, se utilizó la fórmula de Canavos (1998), con la cual se obtuvo el número de encuestas que fueron aplicadas al universo antes mencionado; siendo esta la siguiente:

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

**Cuadro N° 28.** Detalle del proceso de muestreo para la audiencia comunitaria

<b>n:</b>	<b>Tamaño de la muestra</b>	<b>183</b>
<b>N:</b>	universo de estudio	<b>549</b>
<b>e:</b>	margen de error	<b>5%</b>
<b>z:</b>	nivel de confianza	<b>1.64</b>   95%
<b>P:</b>	probabilidad de ocurrencia	<b>0.5</b>
<b>Q</b>	Probabilidad de ocurrencia	<b>0.5</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

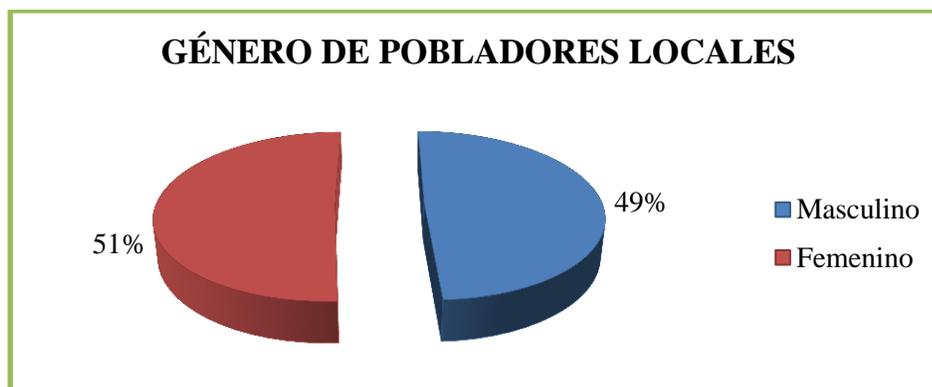
**Cuadro N° 29.** Número de encuestas a aplicarse en cada segmento dentro de la población

% Total	Segmento	Rango de edad	Varones		Mujeres		N° de encuestas
			%	N° Encuestas	%	N° Encuestas	
<b>53</b>	Jóvenes	15 – 20	26	48	27	49	97
		21 – 30					
<b>47</b>	Adultos y adultos mayores	31 – 40	23	42	24	44	86
		41 – 50					
		Más de 51					
<b>100</b>	<b>Total</b>		<b>49</b>	<b>90</b>	<b>51</b>	<b>93</b>	<b>183</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

### 3) Sistematización estadística de datos

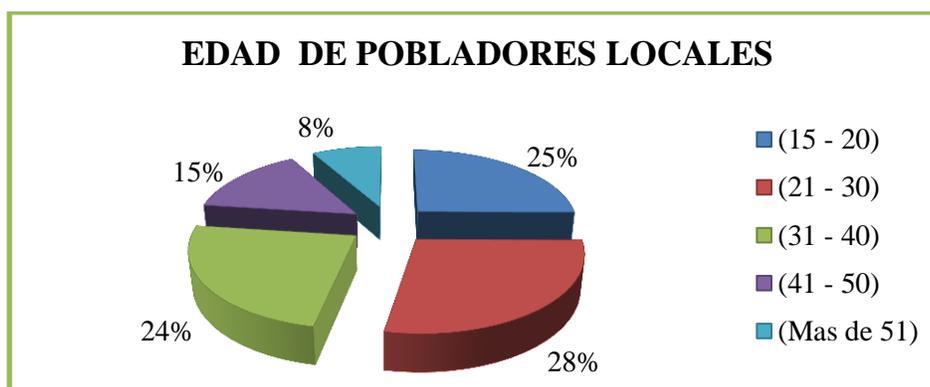
#### a) Género



**Gráfico N° 42.** Género de los pobladores locales

La población local en un 51% pertenece al género femenino, complementado por un 49% del género masculino.

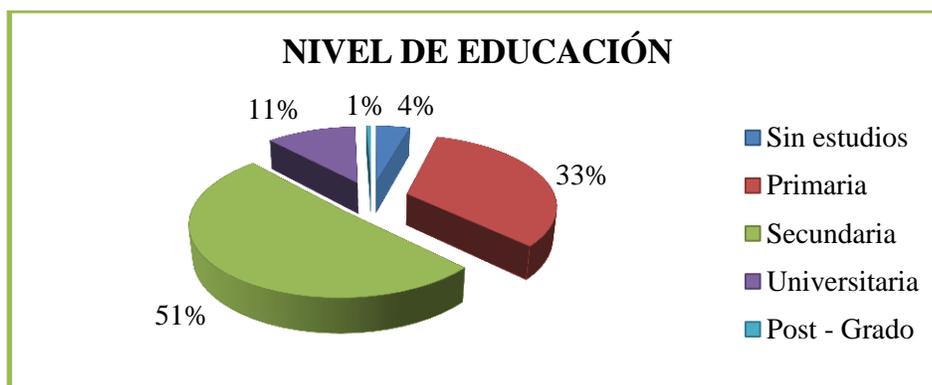
#### b) Rangos de edad de los pobladores locales



**Gráfico N° 43.** Rangos de edad de los pobladores locales

El rango de edad que se destaca en el segmento de la población local es el comprendido entre los 21 a 30 años en un 28%, el 25% representa a una parte de la población comprendida entre los 15 a 20 años de edad, mientras que el 24% complementario está constituido por personas de 31 a 40 años, además de un 15% que comprenden un rango de edad de entre los 41 a 50 años, por ultimo un 8% representa a la población de tercera edad presente en la comunidad.

**c) Nivel de educación de pobladores locales**



**Gráfico N° 44.** Nivel de educación de pobladores locales

Un 51% de pobladores manifiestan tener el nivel de educación académica secundaria, seguido por 33% de población con nivel académico primario; el 11% son universitarios, mientras que el 4% manifiesta que no ha tenido ningún tipo de instrucción académica, generalmente este último resultado corresponde a la población de la tercera edad.

**d) Interés de contar con un centro**



**Gráfico N° 45.** Interés de contar con un centro

El 96% de los pobladores de la comunidad, tienen interés de contar con un Centro Interpretativo Cultural Textil, mientras que el 4% considera de su interés otras actividades o proyectos relacionados con la gastronomía, agricultura, ganadería y ambiente.

### e) Motivación para la existencia del centro



**Gráfico N° 46.** Motivación para la existencia del centro

La población que considera importante la existencia del centro, en un 30% lo consideran que el mismo influenciaría para continuar con la confección y uso de la vestimenta tradicional de lana; un 23% considera que aportaría a la revitalización de los conocimientos ancestrales referentes a la elaboración de textil; el 20% opina que ayudaría a la difusión de la cultura local; en menor porcentaje pero no menos importante un 19% cree que ayudaría a que se produzca y venda artesanías de lana, idea que es complementada por la opinión de un 8% de la población, quienes suponen que la existencia del centro, lograría incentivar el aprovechamiento efectivo de la materia prima disponible que es la lana de oveja.

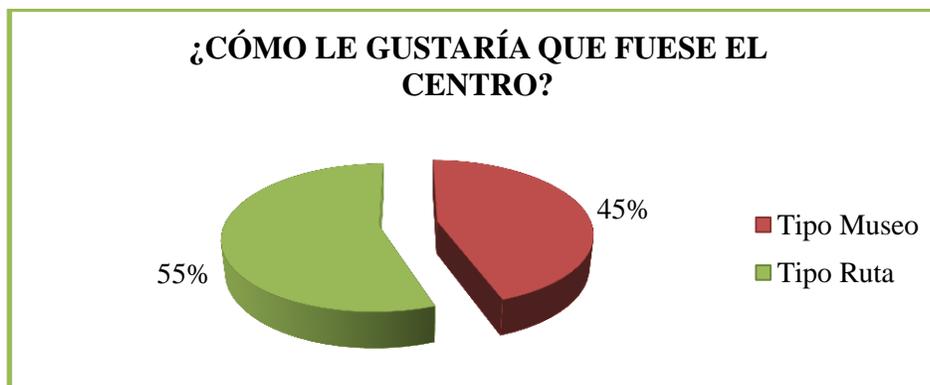
### f) Consideración prioritaria de otros proyectos y actividades



**Gráfico N° 47.** Consideración prioritaria de otros proyectos y actividades

El 4% de la población local ante la propuesta de la creación de un centro, más bien considera prioritarios otros proyectos y actividades relacionados con la ganadería en un 42%, agricultura 33% y gastronomía en un 25%; opiniones que están igualmente ligadas con las potencialidades territoriales.

**g) ¿Cómo le gustaría que fuese el centro?**



**Gráfico N° 48.** ¿Cómo le gustaría que fuese el centro?

El 55% de la población local, considera que el centro debería ser tipo ruta, que incluya un recorrido interpretativo en los hogares de quienes se dedican al arte de elaboración del textil dentro de la comunidad; mientras que el 45% considera de su interés, tener un centro tipo museo, que incluya un recorrido en un solo lugar.

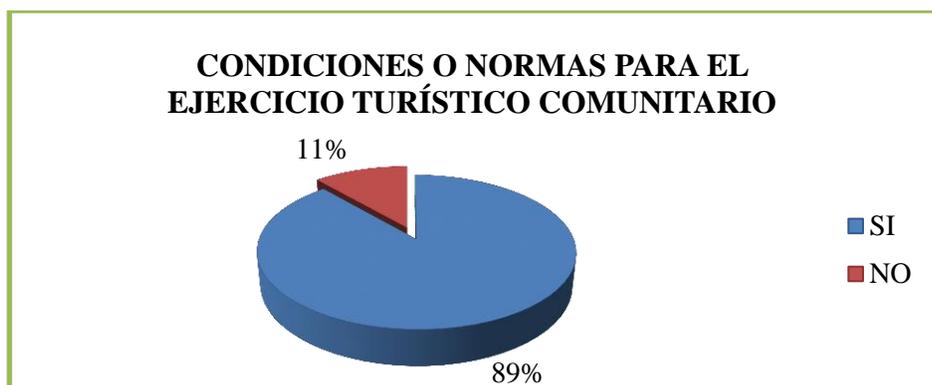
**h) Interés en los programas de capacitación para la creación de centro**

**Cuadro N° 30.** Interés en los programas de capacitación para la creación de centro.

Interés en los programas de capacitación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
SI	175	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>175</b>	<b>100</b>

El 100% de los pobladores muestran la predisposición a participar en programas de capacitación, para llevar adelante el proyecto relacionado a la implementación del centro.

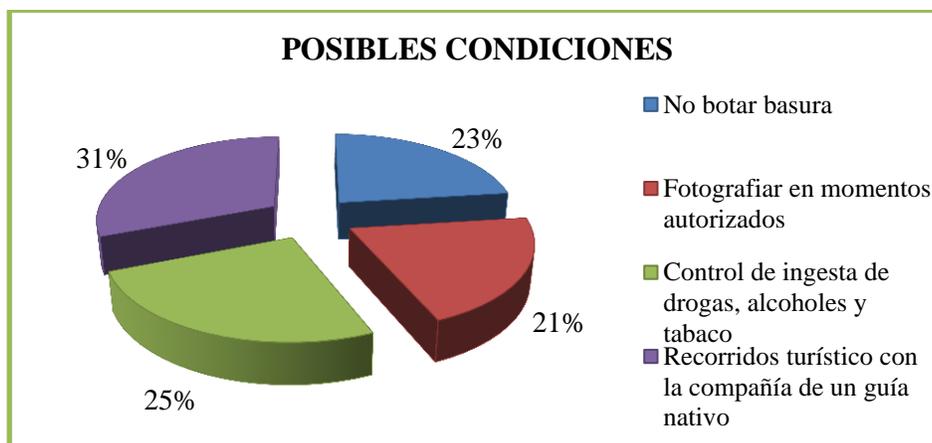
### i) Normas para el ejercicio turístico comunitario



**Gráfico N° 49.** Normas para el ejercicio turístico comunitario

El 89% de pobladores de la comunidad consideran que es necesario condiciones o normas, para que la visita de turistas no cause efectos negativos a la comunidad, mientras que el 11% complementario considera lo contrario.

### j) Posibles condiciones para el ejercicio turístico comunitario



**Gráfico N° 50.** Posibles condiciones para el ejercicio turístico comunitario

Las posibles condiciones que plantea la parte comunitaria desde su punto de vista de anfitrión turístico y en base al nivel de aprobación, se considera en un 31%, hacer recorridos turístico en la comunidad únicamente con la compañía de un guía nativo; un 25% el control de ingesta de drogas, alcoholes y tabaco; un 23% no botar basura; y, un 21% fotografiar solo en momentos autorizados.

### k) Acciones para la revitalización de la práctica textil



**Gráfico N° 51.** Acciones para la revitalización de la práctica textil

La población local en su opinión referente a las acciones que pueden contribuir a la revitalización de los conocimientos y prácticas textiles tradicionales, según el nivel de aceptación, manifiestan en un 33%, que organizar talleres prácticos en las casas de las personas que saben del arte textil hacia la gente interesada en conocer y aprender, puede convertirse en una buena opción, sin embargo en un 20% manifiesta que se debería incentivar a la gente, a la investigación, experimentación y prácticas en el tema de tintes naturales. En un 18% de aprobación, se manifiesta que sería importante la implementación de una escuela textil, en menor porcentaje, pero no menos importante un 17% considera que se debería insertar a las personas que elaboran textil, en los espacios y momentos festivos locales para que den a conocer en vivo sus productos y actividades textiles; además un 13% considera que es importante la participación en ferias turísticas para promocionar y vender los productos locales.

#### 4) Perfil de la audiencia comunitaria

El 51% de la población pertenece al género femenino y el 49% al género masculino. Su rango de edad está comprendido entre los 21 a 30 el 28%, de 15 a 20 años el 25%, de 31 a 40 años el 24% y de 41 a 50 años el 15%. El 51% de los pobladores tienen educación secundaria, el 33% nivel primario, el 11% son universitarios y el 4% no tiene ningún tipo de instrucción académica.

El 96% de los pobladores de la comunidad tienen interés de contar con un centro, el cual apoyaría como incentivo para continuar con la confección y uso de la vestimenta tradicional de lana el 30%, aportaría a la revitalización de los conocimientos ancestrales referentes a la elaboración de textil el 23%; ayudaría a la difusión de la cultura local el 20%.

El 55% considera que el centro debería ser tipo ruta, mientras que el 45% considera que sea tipo museo. El 100% de los pobladores muestran la predisposición a participar en programas de capacitación para llevar adelante el proyecto. El 89% apoya la necesidad de establecer condiciones o normas para que la visita de turistas no cause efectos negativos a la comunidad; entre las posibles condiciones se plantea: hacer recorridos turístico en la comunidad únicamente con la compañía de un guía nativo el 31%; controlar la ingesta de drogas, alcoholes y tabaco el 25%; no botar basura el 23% y fotografiar solo en momentos autorizados el 21%.

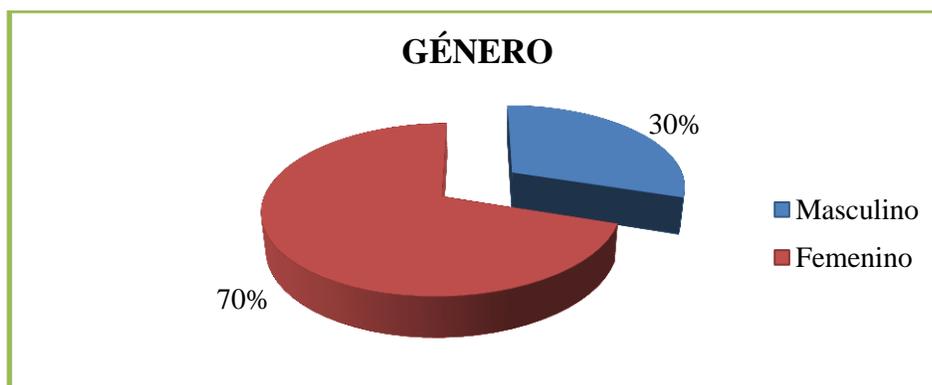
Entre las acciones que pueden contribuir a la revitalización de los conocimientos y prácticas textiles tradicionales se manifiesta: organizar talleres prácticos en las casas de las personas que saben del arte textil hacia la gente interesada en conocer y aprender el 33%; incentivar a la gente a la investigación, experimentación y prácticas en el tema de tintes naturales el 20%; implementación de una escuela textil el 18%, insertar a las personas que elaboran textil, en los espacios y momentos festivos locales para que den a conocer en vivo sus productos y actividades textiles el 17%, participación en ferias turísticas para promocionar y vender los productos locales el 13%.

### **c. Personas que se dedican a la producción de textil**

#### **1) Universo de estudio**

Según el diagnóstico suman 10 las personas que dedican la mayor parte de su tiempo a la producción de textiles de lana de oveja dentro de la comunidad. Como grupo focal a todos ellos se aplicó una encuesta cuyos resultados se presentan a continuación.

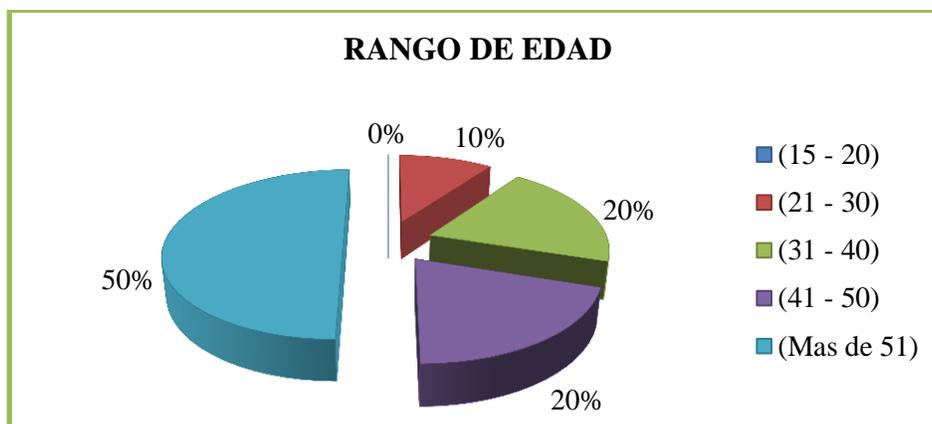
a) **Género**



**Gráfico N° 52.** Género de las personas que se dedican a la producción textil

Las personas que se dedican a la producción textil dentro de la comunidad en su gran mayoría de género femenino representado en un 70%, complementado por un 30% del género masculino.

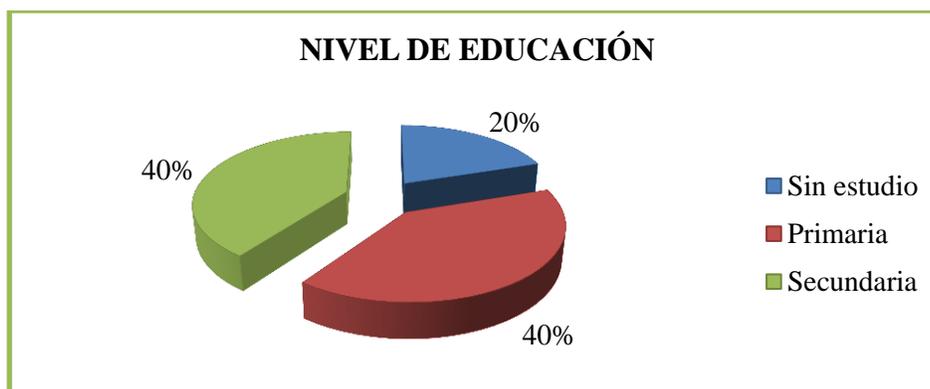
b) **Rango de edad de las personas que se dedican a la producción textil**



**Gráfico N° 53.** Rango de edad de las personas que se dedican a la producción textil

Las personas que se dedican a la producción textil dentro de la comunidad se encuentran en un rango de edad mayor a los 51 años en un 50%, mientras que el 40% está en una edad adulta, el 10% representado por una persona está en la edad de 21 a 30.

**c) Nivel de educación**



**Gráfico N° 54.** Nivel de educación de las personas que se dedican a la producción textil

Un 40% de las personas que se dedican a la producción textil, en un 40% manifiestan tener el nivel de educación académica primaria, complementado por un 40% con nivel académico secundario, mientras que el 20% indica no haber tenido ningún tipo de instrucción académica.

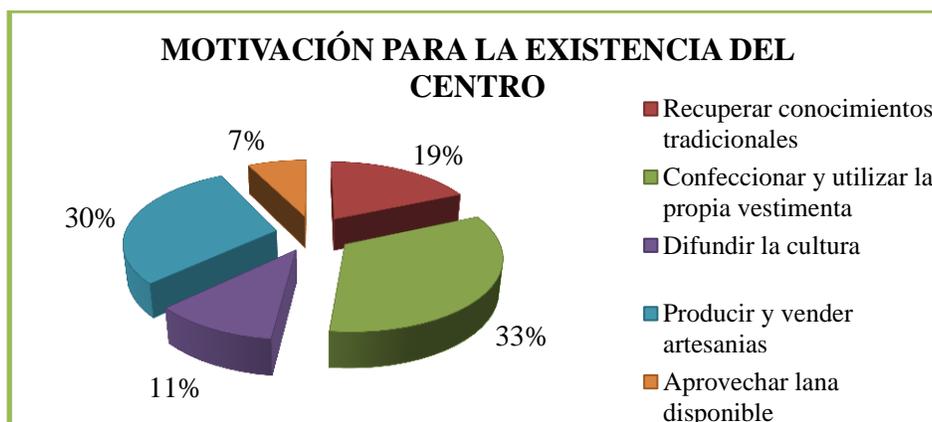
**d) Interés de contar con un centro**

**Cuadro N° 31.** Interés de contar con un centro.

Interés de contar con un centro	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
SI	10	100
NO	0	0
TOTAL	10	100

El 100% de las personas que se dedican a la producción textil, tienen interés de contar con un centro.

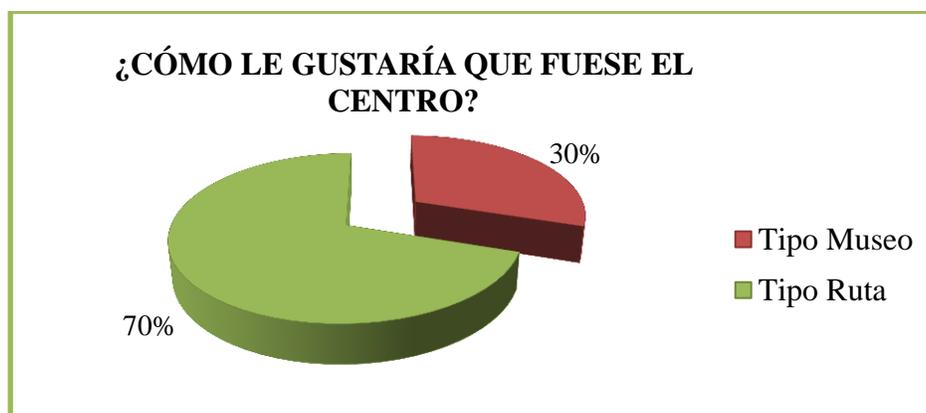
e) **Motivación para la existencia del centro**



**Gráfico N° 55.** Motivación para la existencia del centro

Las personas que se dedican a la producción textil consideran importante la existencia del Centro Interpretativo Cultural, en un 33% lo consideran que el mismo influenciaría para continuar con la confección y uso de la vestimenta tradicional de lana; un 30% cree que ayudaría a que se produzca y venda artesanías de lana; el 19% considera que aportaría a la revitalización de los conocimientos ancestrales referentes a la elaboración de textil; el 11% opina que ayudaría a la difusión de la cultura local; en menor porcentaje pero no menos importante un 7% supone que la existencia del centro lograría incentivar el aprovechamiento efectivo de la materia prima disponible que es la lana de oveja.

f) **¿Cómo le gustaría que fuese el centro?**



**Gráfico N° 56.** ¿Cómo le gustaría que fuese el centro?

El 70% de las personas que se dedican a la producción textil, consideran que el centro debería ser tipo ruta, que incluya un recorrido interpretativo en los hogares de quienes se dedican al arte de elaboración del textil dentro de la comunidad; mientras que el 30% considera de su interés, tener un centro tipo museo, que incluya un recorrido en un solo lugar.

**g) Interés en los programas de capacitación para la creación de centro**

**Cuadro N° 32.** Interés en los programas de capacitación para la creación del centro.

<b>Interés en los programas de capacitación</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
SI	10	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

El 100% de las personas dedicadas al textil, muestran la predisposición a participar en programas de capacitación, para llevar adelante el proyecto relacionado a la implementación del centro.

**h) Predisposición de organizarse entre artesanos**

**Cuadro N° 33.** Predisposición de organizarse entre artesanos.

<b>Predisposición de organizarse</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
SI	10	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

El 100% de las personas dedicadas a la producción textil, muestran la predisposición a organizarse para llevar adelante el proyecto relacionado a la implementación del centro.

**i) Predisposición para recibir a turistas en su casa**



**Gráfico N° 57.** Predisposición para recibir a turistas en su casa

El 80% de las personas que se dedican a la producción textil, muestran la predisposición a recibir en sus casas a turistas al momento de iniciar el proyecto de implementación del centro.

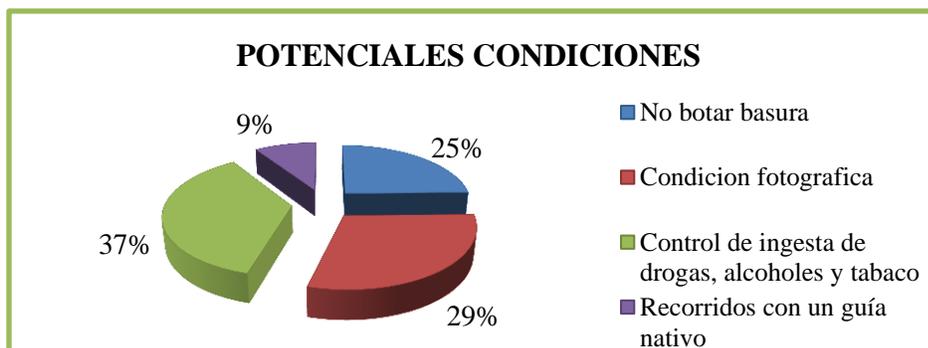
**j) ¿Es necesario normas para prevenir efectos negativos del turismo en la comunidad?**

**Cuadro N° 34.** Normas para prevenir efectos negativos del turismo en la comunidad

Condiciones o normas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
SI	10	100
NO	0	0
TOTAL	10	100

El 100% de las personas dedicadas a la producción de textil consideran que es necesario condiciones o normas para que la visita de turistas no cause efectos negativos a la comunidad.

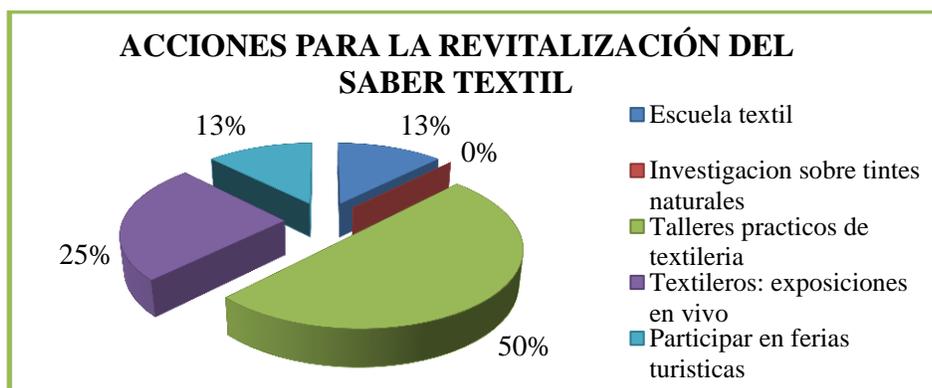
**k) Potenciales condiciones para los visitantes al visitar la comunidad**



**Gráfico N° 58.** Potenciales condiciones para los turistas al visitar la comunidad

Las posibles condiciones que plantean las personas dedicadas a la producción de textil desde su punto de vista de anfitrión turístico y en base al nivel de aprobación, se considera en un 37% el control de ingesta de drogas, alcoholes y tabaco; en un 29% fotografiar solo en momentos autorizados; en un 18% no botar basura; y, en un 9% hacer recorridos turístico en la comunidad únicamente con la compañía de un guía nativo.

#### 1) Acciones para el fortalecimiento y practica textil



**Gráfico N° 59.** Acciones para el fortalecimiento y práctica textil

Las personas que se dedican a la producción de textil, en su opinión referente a las acciones que pueden contribuir a la revitalización de los conocimientos y prácticas textiles tradicionales, según el nivel de aceptación, manifiestan en un 50% organizar talleres prácticos en las casas de las personas que saben del arte textil hacia la gente interesada en conocer y aprender, puede convertirse en una buena opción, además, un 25% considera que se debería insertar a las personas que elaboran textil, en los espacios y momentos festivos locales para que den a conocer en vivo sus productos y actividades textiles; el 26% restante manifiesta que sería importante la implementación de una escuela textil y participar en ferias turísticas para promocionar y vender los productos locales.

#### 2) Perfil de las personas que se dedican a la producción de textil

El 70% son de género femenino y el 30% masculino. Se encuentran en un rango de edad mayor a los 51 años en un 50%, mientras que el 40% está en una edad adulta, una sola persona

se encuentra en edad de 21 años. El 40% tienen instrucción primaria, 40% nivel secundaria y el 20% indica no haber tenido ningún tipo de instrucción académica.

El 100% de las personas tienen interés de contar con un centro, pues confían que el mismo influenciaría para continuar con la confección y uso de la vestimenta tradicional de lana el 33%, ayudaría a que se produzca y venda artesanías de lana el 30%, aportaría a la revitalización de los conocimientos ancestrales referentes a la elaboración de textil en un 19%. Además el 70% manifiesta que el centro debería ser tipo ruta, mientras que el 30% considera de su interés el tipo museo.

El 100% de las personas muestran la predisposición a participar en programas de capacitación y a organizarse para llevar adelante el proyecto. Al 80% le gustaría recibir en sus casas a los turistas. Sin embargo el 100% de las personas opinan que es necesario condiciones o normas para que la visita de turistas no cause efectos negativos a la comunidad, como: el control de ingesta de drogas, alcoholes y tabaco el 37%, fotografiar solo en momentos autorizados el 29%, no botar basura el 18%.

Para la revitalización de los conocimientos y prácticas textiles se considera necesario: organizar talleres prácticos en las casas de las personas que saben del arte 50%, insertar a las personas que elaboran textil, en los espacios y momentos festivos locales para conocer en vivo sus productos y actividades textiles el 25%, implementación de una escuela textil el 13% y participar en ferias turísticas para promocionar y vender los productos locales el 13%.

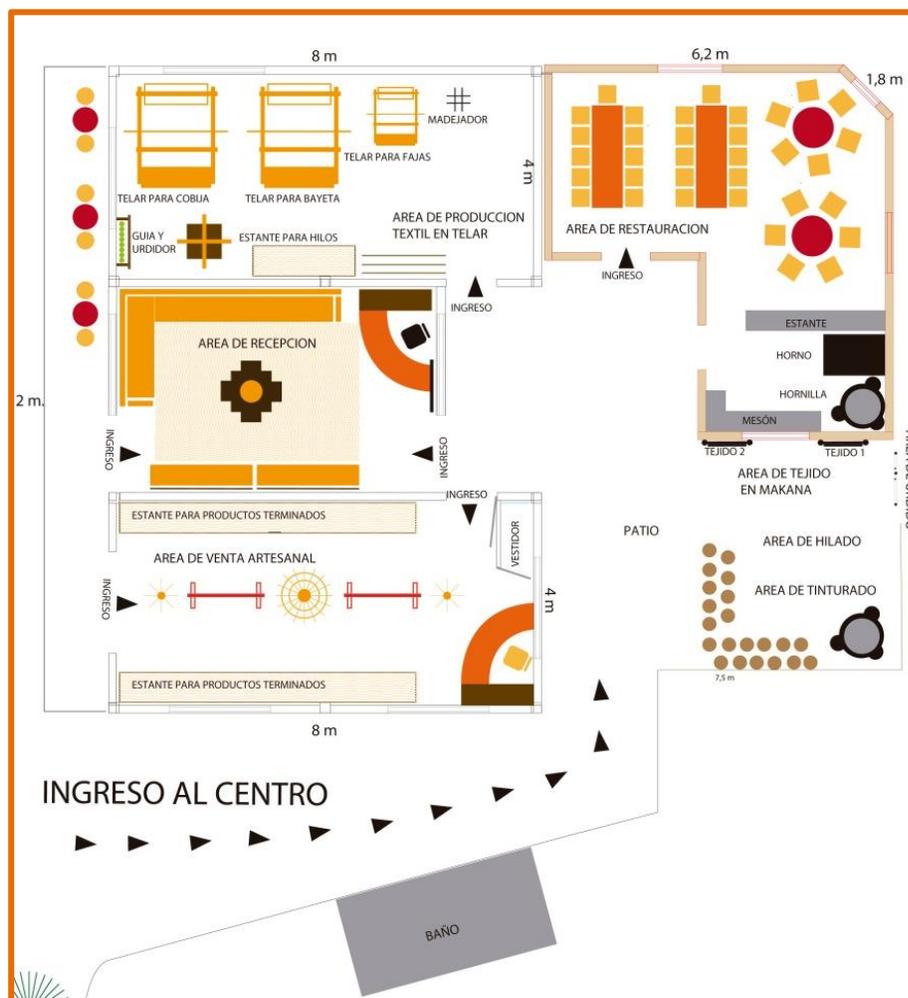
## **2. Diseño del centro interpretativo**

En base a los resultados obtenidos en el análisis de audiencia turística y comunitaria, así también como de las personas que se dedican a la producción textil, se propone el diseño de un centro conformado por dos espacios; el primero a manera de “museo” que integre todos los recursos interpretativos en un solo lugar, y un segundo In Situ a manera de sendero textil que integra hogares de las personas que se dedican a la producción textil dentro de la comunidad. Estas dos alternativas dependientes de un mismo centro o matriz que es la casa principal o “Jatun Tampu”, donde se ubica el área de recepción y coordinación general del centro, serán

identificados posteriormente como servicios interpretativos a operarse según el interés del cliente.

Debido a que la infraestructura ya estuvo disponible, el diseño del centro se basa netamente en la adecuación de los espacios y distribución de áreas internas para coordinación y operación de servicios.

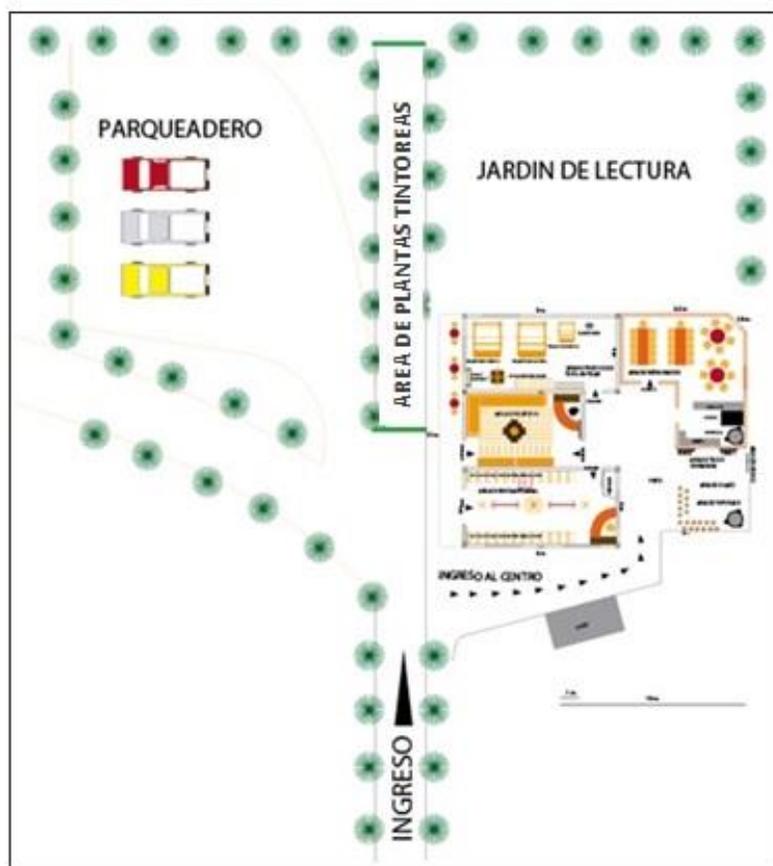
### a. Diseño de la “Jatun Tampu”



**Gráfico N° 60.** Planta destinada para la casa principal o “Jatun Tampu”

En el gráfico N° 60, se muestra la ubicación de las 5 áreas que conforman el centro, entre las cuales tenemos: recepción, tienda artesanal, restauración, producción textil en telar y producción textil en makana.

Los servicios complementarios que ofrece el centro y que se encuentran entorno a la casa principal o “Jatun Tampu”, se encuentran plasmadas en el gráfico N° 65.



**Gráfico N° 61.** Área total destinada para el funcionamiento de la casa principal o “Jatun Tampu”

Las facilidades o servicios adicionales para el centro son: parqueadero, jardín para la relajación o la lectura y área de plantas tintóreas que brinda la facilidad de conocer directamente las plantas de uso para el proceso de tinturado al natural.

### 1) Localización del proyecto

El proyecto “Centro Interpretativo Cultural Textil se desarrollará en la comunidad rural de Pichig, sector Acacana, el mismo que limita:

Al Norte con la comunidad de Ramos

Al este con la cabecera parroquial de Saraguro

Al sur con la cabecera parroquial de San Lucas

Al oeste con la comunidad de Cañi.

La casa destinada para el funcionamiento de la “Jatun Tampu” es de propiedad de la señora Rosa Clementina Guamán Tene, ubicada en el sector Acacana, a 80 metros de distancia de la vía Panamericana, junto a la Unidad Educativa “Rumiñahui”.

## **2) Concepto**

La denominación de la casa principal como “Jatun Tampu” se debe a que este espacio pretende ser el punto de llegada, recibimiento y bienvenida o estancia de los visitantes y miembros de la comunidad. La unión de estos dos términos que provienen del idioma tradicional del pueblo Saraguro denominado Inga Shimi, en castellano quisiera transmitir un concepto relacionado a “un espacio de llegada y estancia, que como uno solo, las adecuaciones de infraestructura, ambientales y de paisaje contribuyan al bien estar y sentir del ser humano”.

La “Jatun Tampu”, además de ser el sitio base de coordinación, será el espacio donde se desarrollará un servicio interpretativo sistematizado en base a demostraciones reales de los procesos y procedimientos para la confección de prendas de vestir de lana. Este servicio se realizará en un solo lugar con servicios complementarios como alimentación y tienda artesanal.

Todo el proceso interpretativo se realizará en base a una presentación real de todos los conocimientos y prácticas textiles. Sin embargo como complemento a los mismos se dispondrán de medios interpretativos.

## **3) Tópicos y temas**

En base a los procesos y procedimientos inventariados como potenciales elementos interpretativos, se plantean los tópicos, preguntas, temas y mensajes a tratarse para el desarrollo del recorrido.

**Cuadro N° 35.** Tópicos, temas y mensajes para el desarrollo del proceso interpretativo.

<b>Estación</b>	<b>Tópico</b>	<b>Tema</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Área de tinturado e hilado</b>	La lana de oveja	<p>La oveja llega a América con la venida de los conquistadores, antes de ello la lana para la producción textil lo proveía el camélido andino.</p> <p>Existen en nuestro medio dos tipos de lana: sacsa y merina, estas son diferentes por el grosor de la fibra.</p> <p>La lana contiene lanolina proveniente de las glándulas sebáceas de las ovejas, esta es utilizada en la industria para elaboración de cosméticos y medicamentos, al vestir ropa de lana, esta ayuda a la salud de la piel.</p> <p>Los detergentes artificiales al ser usados para lavar la lana, desintegran la estructura molecular de la lanolina, quedando la lana sin esta valiosa propiedad.</p>	<p>En la cultura andina los hasta ahora conocidos como animales, son nuestros hermanos menores, y es gracias a ellos que nos podemos vestir con su fibra.</p> <p>El uso de prendas de vestir con fibras naturales influye en la armonía y salud del cuerpo.</p> <p>Todos lo proveniente de la llama: tanto como su fibra, abono, orina, sangre y su carne eran y son de uso ritual y medicinal.</p>	5”
<b>Área de tinturado e hilado</b>	El hilado	<p>El hilado es una habilidad ancestral que además de ser una forma de elaborar el hilo, era una forma de ayudar al control de la motricidad fina, para un correcto desarrollo y maduración del sistema nervioso.</p> <p>La mujer inicia el hilado desde los 3 años de edad, va desarrollando la habilidad hasta lograr el hilado más fino, con el cual confecciona su propio traje en la juventud y su hogar.</p> <p>Según nos cuentan los mayores de la comunidad el varón también hilaba, actualmente no lo hace, sin embargo en culturas</p>	La constancia en la perfección del hilado, indica el avance en la perfección de la vida del Ser que lo practica.	5”

<b>Estación</b>	<b>Tópico</b>	<b>Tema</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Tiempo</b>
		del norte del Ecuador aún esta costumbre está vigente.		
<b>Área de producción textil en makana</b>	Urdimbre tradicional andino	<p>La confección de trajes autóctonos de lana en la cultura Saraguro, siguen siendo en base al uso de instrumentos como: taces y darines, los mismos que ayudan a mantener un cruce de hilos de manera intercalada, con un templado uniforme que es de gran significancia para lograr la confección de una prenda de vestir de buena calidad.</p> <p>La aplicación del urdido tradicional, permite que las prendas salgan enteras y no seas necesario que se realicen cortes, ya que dentro de la cultura una prenda sin cortes o añadidos, es energéticamente saludable y asegura un ciclo de duración más extenso.</p>	El proceso de urdido exige constancia, lucidez y armonía ya que “quien empieza debe terminar”. El templado uniforme del urdido muestra la buena condición física y psíquica de la persona que lo realiza.	5”
<b>Área de producción textil en makana</b>	El tejido ancestral andino	<p>El tejido con callua es un método tradicional de confección prendas de vestir. Los instrumentos para este fin son elaborados de madera morocha (dura) como la chonta.</p> <p>Esta práctica es transmitida de generación en generación de padres a hijos; aunque en casos especiales lo heredaba alguna hija.</p> <p>Los abuelos cuentan que antes, el pago por haber tejido una prenda, en caso de personas particulares, era realizado con un agrado en alimentos y bebidas muy bien preparados.</p> <p>El tejedor debía comprometerse a terminar a tiempo lo que inicia, cultivando constancia y cuidado en el trabajo que estaba realizando,</p>	Con la callua y la makana se forman las prendas más bellas, pero además, en cada hebra que se integra al tejido se forjan las virtudes y habilidades del tejedor	5”

Estación	Tópico	Tema	Mensaje	Tiempo
<b>Área de tinturado</b>	Plantas tintóreas	<p>para finalmente ser reconocido su trabajo.</p> <p>Evidencias de la cultura Inca en la antigüedad, ya revelan la existencia y uso de plantas para teñir las prendas de vestir; entre ellas y las más conocidas tenemos la cochinilla, la chilca y el maíz negro.</p> <p>Han pasado muchas generaciones para que se avance en la experimentación con otras plantas que contienen taninos que pueden ser aplicables como tinte. Actualmente las plantas que se suman a la lista ya existente están el nogal, aliso, laurel, matico morado, piñan y rañis.</p>	Las plantas merecen de los humanos todo el respeto y la consideración por ser hijos e hijas de la Allpamama (madre tierra), si van a ser arrancadas debe existir una razón superior, que lo justifique “La vida por la vida”.	15”
<b>Plaza interpretativa</b>	Vestimenta tradicional de lana de oveja	<p>El uso de la vestimenta de lana tiene gran incidencia en la salud de la piel y el cuerpo en general por su contenido en lanolina y sus propiedades termorreguladoras e impermeabilidad.</p> <p>Ciertamente la vestimenta es la otra piel que nos cobija, y su origen y transformación se debe a las necesidades vitales como seres humanos y como pueblo.</p> <p>La recuperación de las formas y usos de la vestimenta tradicional de lana, se sustenta en la necesidad de integrarnos nuevamente a la naturaleza, para mantener la salud física y espiritual.</p>	<p>Si emprendemos el camino del reconocimiento de nuestras raíces culturales y práctica de los saberes ancestrales, no lo hacemos por fanáticos, por moda o costumbre, lo hacemos por la vida.</p> <p>En la cosmovisión andina, todas las figuras, puntos, líneas y colores tienen vida propia, un significado y generan una vibración, es por eso que debemos tener cuidado en los diseños impresos en nuestra ropa, los dibujos que contienen y lo que expresan, ya que nuestro cuerpo se sintoniza con los canales de vibración y actuamos acorde a las vibraciones a las cuales estamos conectados.</p>	10”

#### 4) Diseño de los medios interpretativos

El diseño de los medios interpretativos se determinó en base a la visión social y cultural del centro y a los resultados obtenidos del análisis de audiencia turística nacional, extranjera y comunitaria, en relación al tipo de medios interpretativos que debería desarrollarse en el Centro de Interpretación Cultural Textil.

##### a) Ficha N° 1. Demostración del proceso de urdido

<b>Tipo:</b> Exhibición tridimensional		<b>Tema:</b> Demostración del proceso urdido	
<b>Función:</b> invitar al turista a conocer los instrumentos y procesos tradicionales para el urdido de prendas de lana de oveja.		<b>Ubicación:</b> plaza interpretativa - área de tejido en makana.	
<i>Diseño del modelo de exhibición</i>			
			
<b>Materiales / dimensiones:</b>		<b>Costos</b>	
- 4 Tactes de 70 cm de largo y 12.5cm de diámetro.		8.00	
- 6 Darines de chonta de 50cm de largo y 3cm de espesor.		30.00	
- 2 lb de hilo para bayeta		30.00	
- 2 canasta de la corteza de chinchá ( <i>Phyllostachys aurea</i> ) de 20cm de alto y 25 cm de diámetro para colocar el ovillo de hilo al iniciar el urdido.		10.00	
- 2 Bancos de madera o mutucus		10.00	
<b>TOTAL</b>		<b>88.00</b>	
<b>Mantenimiento:</b> semanal	<b>Observaciones:</b> la demostración del urdido será realizada en vivo por un miembro del grupo de personas que se dedican al textil dentro de la comunidad.		

## b) Ficha N° 2. Demostración del proceso de tejido

<b>Tipo:</b> Exhibición tridimensional		<b>Tema:</b> Demostración del proceso de tejido	
<b>Función:</b> invitar al turista a conocer los procesos tradicionales de tejido de prendas de lana de oveja con calluas.		<b>Ubicación:</b> plaza interpretativa - área de tejido en makana	
<i>Diseño del modelo de exhibición</i>			
			
<b>Materiales / dimensiones:</b>		<b>Costos</b>	
- 2 Callua de 120cm de largo y 8 cm de ancho, con un espesor de 3 cm, terminada con filo para un lado.		30.00	
- 6 Calluas para finalizar el tejido van disminuyendo su ancho y largo, llegando a tener hasta 1cm de ancho, 100 cm de largo y 5 mm de espesor.		44.00	
- 2 Pikchi. De 23 cm de largo y 4.5cm de espesor.		10.00	
- 2 Chapircha. Elaborada de cuero. Mide 85cm de largo y 20cm de ancho en la parte central.		24.00	
- 4 Illagua e illaguamarca. Varas delgadas y rectas de 120 cm de largo y 3cm de espesor.		4.00	
- 2 Hilo para illaguar de 5m.		2,00	
- 4 Tupa livianas de chaguarquero de hasta 120cm de largo y 13cm de espesor		4.00	
- 2 Rodillo de 98cm de largo y 16 cm de espesor.		16.00	
- 2 Chiqui callua de 108cm de largo, 4.5cm de ancho y 1cm de espesor		1.00	
- 2 Chiqui o piola delgada de 150cm de largo		4.00	
- 2 Jidinchi de 72cm de largo y 3cm de espesor.		10.00	
- 2 bancos de madera o mutucus			
<b>TOTAL</b>		<b>165.00</b>	
<b>Mantenimiento:</b> semestral	<b>Observaciones:</b> estos instrumentos estarán dispuestos para ser utilizados constantemente en el proceso de tejido y para la interpretación en el centro.		

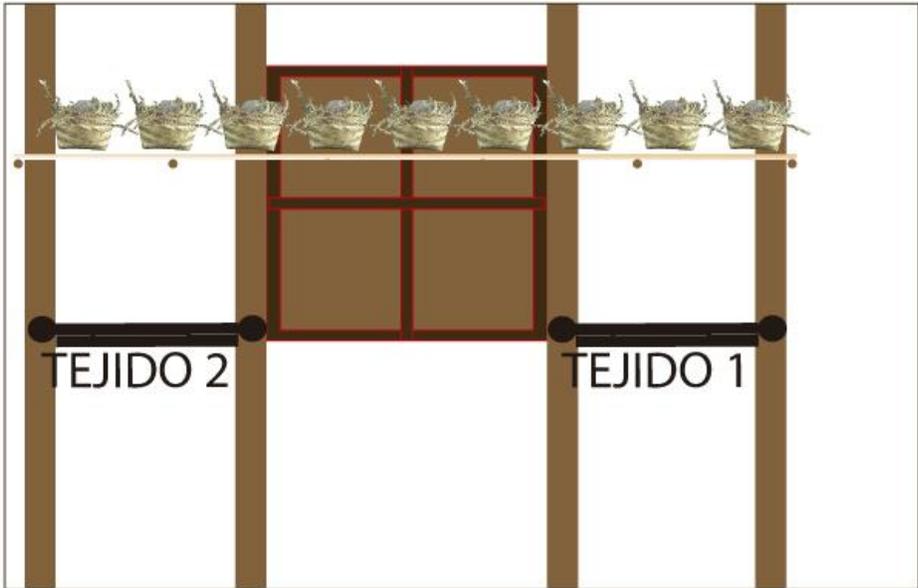
## c) Ficha N° 3. Vestimenta tradicional

<b>Tipo:</b> Exhibición fotográfica		<b>Tema:</b> Vestimenta tradicional de la cultura Saraguro
<b>Función:</b> mostrar el proceso de cambio ocurrido en la materia prima, colores y formas de la vestimenta Saraguro.		<b>Ubicación:</b> área de tejido en makana, área de tejido en telar, tienda artesanal y recepción.
<i>Diseño del modelo de exhibición</i>		
<b>Materiales y dimensiones</b>		<b>Costos</b>
- 12 Tablero de melamina 100cm de ancho * 120cm de largo		264.00
- 12 Fotografía impresa con soporte de sintra de un tamaño de 60cm ancho * 80cm largo		180.00
- 12 Cubierta de vidrio de cinco líneas 100cm de ancho * 120cm de largo		168.00
- 72 Bases para fijar vidrio		108.00
- 12 tableros con leyendas impresas, pegadas sobre sintra		50.00
<b>TOTAL</b>		<b>770.00</b>
<b>Mantenimiento:</b> semanal	<b>Observaciones:</b> las fotografías estarán expuestas en pared de la parte externa del café restaurante	

**d) Ficha N° 4. Mural de constelaciones, símbolos y principios andinos**

<b>Tipo:</b> Mural		<b>Tema:</b> Constelaciones que rigen la vida	
<b>Función:</b> Visualizar los principios andinos basados en los astros. Resaltar la presencia de la constelación del camélido andino.		<b>Ubicación:</b> tumbado del área junto a la recepción	
<i>Diseño del modelo de exhibición</i>			
			
<b>Materiales</b>		<b>Costos</b>	
- Mano de obra del pintor		225.00	
<b>TOTAL</b>		<b>225.00</b>	
<b>Mantenimiento:</b> semestral	<b>Observaciones:</b> este mural será de utilidad para compartir los principios de vida que entendieron y aplicaron los pueblos originarios.		

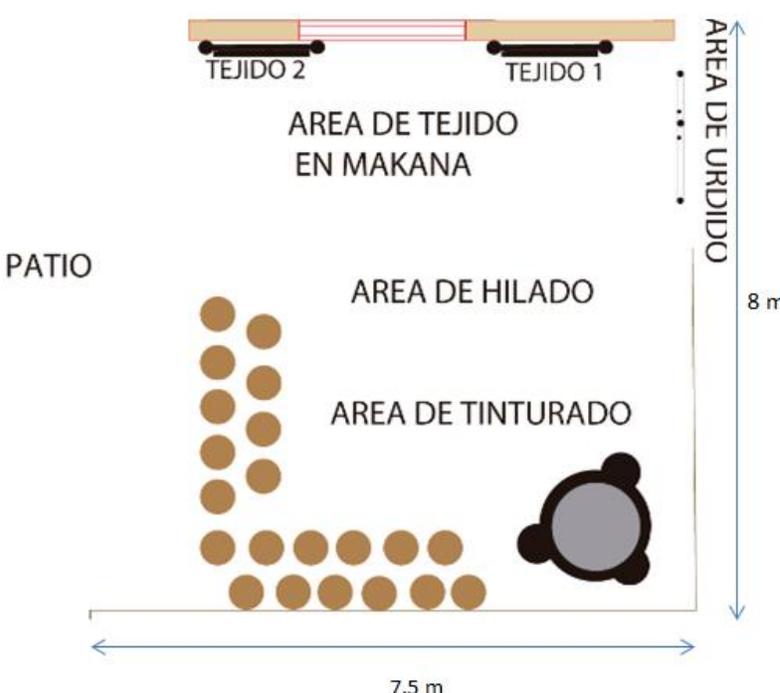
## e) Ficha N° 5. Estante mostrador de plantas tintóreas

<b>Tipo:</b> Exhibición tridimensional	<b>Tema:</b> Plantas tintóreas
<b>Función:</b> mostrar las plantas y colores que se obtienen al teñir con ellas.	<b>Ubicación:</b> Plaza interpretativa - área de tejido en makana
<i>Diseño del modelo de exhibición</i>	
	
<b>Materiales y dimensiones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 Estante de carrizo de 50cm de ancho y 3m de largo</li> <li>- 7 Canastos con plantas disecadas</li> <li>- 7 Ovillos de hilo de 125 gramos del color correspondiente según la muestra de la planta</li> </ul>	<b>Costos</b> 15.00 45.00 35.00
<b>TOTAL</b>	<b>95.00</b>
<b>Mantenimiento:</b> diario	<b>Observaciones:</b> la exposición de las plantas resaltarán las características tanto medicinales, tintóreas y comestibles si es el caso.

## f) Ficha N° 6. Exhibición de pared sobre el recorrido del Sendero Textil

<b>Tipo:</b> Exhibición en pared	<b>Tema:</b> Sendero textil “Ñawi Ñawi”	
<b>Función:</b> Dar a conocer el recorrido por los hogares de quienes se dedican a la producción textil	<b>Ubicación:</b> Plaza interpretativa – pared externa de la tienda artesanal, vista desde el área de tinturado	
<i>Diseño del modelo de exhibición</i>		
<p>Mapa del Sendero Textil "Ñawi Ñawi" que muestra un recorrido de 6 paradas. El recorrido comienza en la Casa Comunal (Inicio de Recorrido) y pasa por Parada 1 (Faja ñakcha), Parada 2 (Faja de la china), Parada 3 (Tejido de poncho), Parada 4 (Hilado), Parada 5 (Tejido de bayeta) y Parada 6 (Tinturado). Se indican también las Vías a Loja y a Cuenco, y la Tienda Artesanal C.I.C.T. "Millma Sacha".</p>		
<b>Materiales / dimensiones:</b>		<b>Costos</b>
- 1 Tablero de 1m de largo * 1m de ancho. Hecho en madera con el perfil de la montaña local llamada Acacana, con pirograbado del Sendero Textil “Ñawi Ñawi”, misma que estará impregnada en la pared.		35.00
<b>TOTAL</b>		<b>35.00</b>
<b>Mantenimiento:</b> mensual	<b>Observaciones:</b> este elemento estará colocado a la vista de ingreso al centro.	

## g) Ficha N° 7. Proceso de extracción y preparación de tientes naturales

<b>Tipo:</b> Demostración en vivo	<b>Tema:</b> Proceso de extracción y tinturado con vegetales	
<b>Función:</b> invitar al turista a conocer los usos diversos de las plantas locales	<b>Ubicación:</b> Plaza interpretativa	
<p><i>Diseño del modelo de exhibición</i></p> 		
<b>Materiales y dimensiones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 Hornilla de leña</li> <li>- 6 Ollas de barro 15Lt</li> <li>- 1 Estante para plantas tintóreas</li> <li>- 1 Muyuchi- mostrador de madejas tinturadas</li> <li>- 1 aventador</li> <li>- 35 Bancos</li> </ul>	<b>Costos</b> 200.00 120.00 95.00 15.00 1.00 175.00	
<b>TOTAL</b>		<b>606.00</b>
<b>Mantenimiento:</b> diario	<b>Observaciones:</b> los turistas se ubicarán en los asientos alrededor de la hornilla para observar el proceso de tinturado.	

## h) Ficha N° 8. Exhibición en vivo del proceso de hilado

<b>Tipo:</b> Exhibición en vivo	<b>Tema:</b> Proceso de hilado
<b>Función:</b> mostrar los diferentes tipos de hilado y los beneficios en la salud al realizar esta actividad	<b>Ubicación:</b> Plaza interpretativa - área de Hilado
<i>Diseño del modelo de exhibición</i>	
	
<b>Materiales / dimensiones:</b>	<b>Costos</b>
- 3 palos de guango de chonta negra de 75cm de largo	9.00
- 3 usos de chonta negra o blanca de 30 cm de largo	9.00
- 3 torteros de mármol	15.00
- Hilo para amarrar la lana en la guanguna	4.00
<b>TOTAL</b>	<b>37.00</b>
<b>Observaciones:</b> tres mujeres realizarán la demostración del proceso de hilado de los tipos: fino para poncho, grueso para bayeta y grueso para cobija. Además se dará a notar el hilado para la derecha y para la izquierda.	

## i) Ficha N° 9. Letrero de bienvenida

<b>Tipo:</b> letrero de bienvenida	<b>Tema:</b> Centro Interpretativo Cultural Textil “Millma Sacha”	
<b>Función:</b> Dar la bienvenida a los visitantes del Centro Interpretativo	<b>Ubicación:</b> a la entrada al centro, junto a la casa principal	
<i>Diseño del modelo de exhibición</i>		
<b>Leyenda</b> Bienvenidos al Centro Interpretativo Cultural Textil “Millma Sacha”	<b>Dimensiones</b>	
	<b>Rótulo 1 con leyenda</b> - Alto: 0,50m * 1,20m <b>Rótulo 2 sin leyenda</b> - Alto 0,80m * 1.20m	<b>Soportes</b> Dos soportes de madera redonda tratada de 2,50m
<b>Materiales y dimensiones</b>		<b>Costos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos soportes de madera tratada.</li> <li>- 5 largueros de pino para el techo</li> <li>- 50 tejas</li> <li>- Un rótulo de madera, con la técnica de calado</li> <li>- Un rótulo de madera con perfil de mujer hilando</li> </ul>		10,00 5,00 15,00 12,00 50,00
<b>Total</b>		<b>92,00</b>
<b>Mantenimiento:</b> semanal	<b>Observaciones:</b> los materiales a utilizarse en la construcción estarán en relación a la arquitectura tradicional local.	

## j) Ficha N° 10. Mostrador de madejas tinturadas

<b>Tipo:</b> Exhibición tridimensional		<b>Tema:</b> Madejas de hilo teñidas al natural
<b>Función:</b> secador y mostrador de madejas teñidas al natural		<b>Ubicación:</b> plaza interpretativa – área de tinturado
<i>Diseño del modelo de exhibición</i>		
		
<b>Materiales y dimensiones</b>		<b>Costos</b>
- Muyuchi de 80 cm de diámetro, elaborado de bejuco y madera. Este elemento irá colgado en una viga y servirá como secador y mostrador de madejas.		<b>15,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>15,00</b>
<b>Mantenimiento:</b> mensual	<b>Observaciones:</b> en la cultura Saraguro el muyuchi es destinado para colocar el quesillo. En el centro será utilizado como secador y mostrador de madejas de hilo tinturadas.	

**k) Ficha N° 11. Telares para la producción textil**

<b>Tipo:</b> Exhibición tridimensional		<b>Tema:</b> Los telares, alternativa actual para la producción textil
<b>Función:</b> distinguir las ventajas y desventajas de uso del telar y la makana		<b>Ubicación:</b> Área de producción textil en telar
<i>Diseño del modelo de exhibición</i>		
<b>Materiales y dimensiones</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Telar para tejer fajas</li> <li>- Telar para tejer cobijas</li> <li>- Telar para tejer bayetas</li> <li>- Urdidor</li> <li>- Madejador</li> <li>- Mesa</li> <li>- 8 Bancos (mutucus)</li> </ul>		<b>Costos</b> 150.00 400.00 400.00 80.00 50.00 120.00 40.00
<b>TOTAL</b>		<b>1260.00</b>
<b>Mantenimiento:</b> semanal	<b>Observaciones:</b> en la cultura Saraguro el muyuchi es destinado para colocar el quesillo. En el centro será utilizado como secador y mostrador de madejas de hilo tinturadas.	

## **5) Decoración interna**

El proceso interpretativo sea realizado en una plaza o patio, mismo que estará organizado por áreas, dentro de las cuales se encuentran: área de urdido, área de tejido con makana, área de hilado, área de tinturado; las actividades a desarrollarse en cada uno de estos espacios son de tipo demostrativas, en vivo. Todo este proceso estará complementado por tres tipos de elemento interpretativos de pared. No se contará con divisores de ningún tipo.

### **a) Actividades demostrativas**

- Urdido tradicional
- Tejido tradicional en makana
- Hilado
- Tinturado con plantas
- Telares para bayeta, cobija y fajas
- Artesanías de lana de oveja

### **b) Medios estáticos a ser utilizados para el proceso interpretativo**

- Estante (alazina) para colocar las cestas con plantas tintóreas disecadas y sus ovillos de hilo con el color obtenido según la planta.
- Muyuchi, para secar y mostrar las madejas de hilo teñidas
- Tablero con gravado del Sendero Textil “Ñawi Ñawi”
- Mural con las imágenes de constelaciones que rigen la existencia del Ser Humano
- Estantes para exposición de los productos elaborados en la lana de oveja (diseño de saya, muyuchi, otros).
- La pared interna y externa de las salas contendrán imágenes simbólicas propias de la cultura en su contorno superior.

## 6) Ambientación externa

Frente a la "Jatun Tampu" se colocará una imagen de madera en forma de mujer Saraguro con el guango, pintada con los colores tradicionales de su vestimenta, la misma que estará acompañada de un tablero que contendrá el mensaje de bienvenida y nombre del centro.

## 7) Necesidades directas para el centro

- Logo para artesanías

### b. Diseño del Sendero Textil "Ñawi Ñawi"

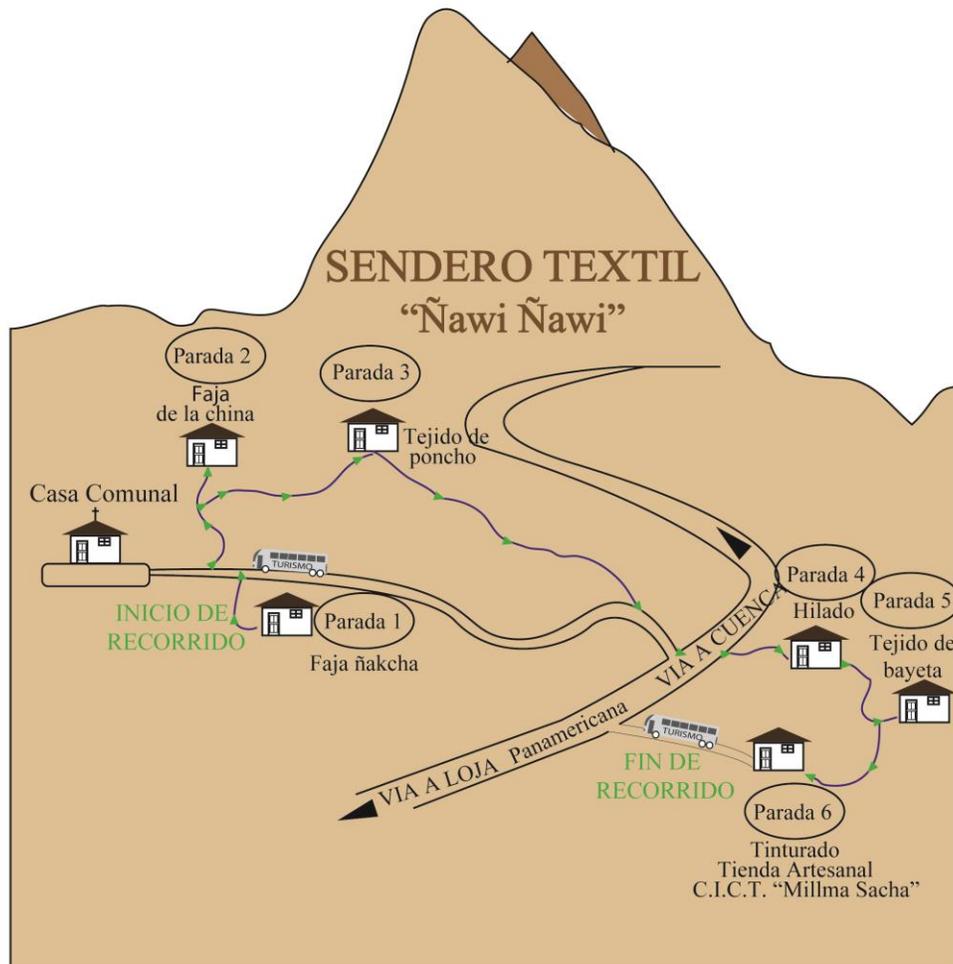


Gráfico N° 62. Croquis del recorrido del Sendero Textil "Ñawi Ñawi"

### - **Localización**

El proyecto se desarrollará dentro del sector Acacana en tres casas pertenecientes a las familias de la señora Clementina Guamán, señor Lauro Guamán y la señora Asunción Tene; mientras que en el sector de Pichig se visitará tres casas pertenecientes a las familias de la señora Angelita Saca, señora Rosa Medina y señora Isabel Tene.

### - **Concepto**

El espacio interpretativo que integra familias dedicadas al textil es un sendero denominado “Ñawi Ñawi”, terminología tomada del idioma ancestral Inga Shimi que expresa el encuentro cara a cara, ya que la visita se realizará en vivo, conociendo a la gente que se dedica al textil, su realidad social, cultural y económica. Además, cada hogar a visitar será denominado Tampu, término tomado del Inga Shimi que hace referencia a un sitio de llegada para recibir algo que fortifica al ser humano.

Este recorrido será adecuado para el desarrollo interpretativo in situ, de los diferentes procesos y procedimientos tradicionales para la elaboración de textil de lana de oveja en la cultura Saraguro. El recorrido tiene la capacidad de incluir máximo a 12 personas por grupo más el guía; este incluye la visita a cinco familias que elaboran textil de lana de oveja, tres de ellas ubicadas en el sector Acacana y tres en el sector de Pichig.

El recorrido tiene una extensión de 600 metros, incluyendo caminatas por vía lastrada en un 90% y 10% por caminos vecinales. Para la ubicación de los hogares participantes se diseñarán y ubicarán señalética direccional.

### - **Tópicos y temas**

En base a los procesos y procedimientos inventariados como potenciales elementos interpretativos, se plantean los tópicos, preguntas, temas y mensajes a tratarse para el desarrollo del recorrido en los sectores de Pichig y Acacana.

**Cuadro N° 36.** Tópicos, temas y mensajes para el desarrollo del proceso interpretativo en el Sendero “Ñawi Ñawi”.

<b>Estación</b>	<b>Tópico</b>	<b>Tema</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Tampu 1</b>	Faja de la China	<p>La faja es culturalmente muy importante ya que en sus tramas se registran signos y símbolos culturales de mucha valía para la vida de una familia, comunidad y etnia al cual pertenece.</p> <p>Los mayores indican que el maytu (envolver con faja el cuerpo del bebe) en los primeros días de vida de un llullu (bebé), ayuda a que él o ella crezca fuerte y haya seguridad y fortaleza en el Ser.</p> <p>Es llamado faja de la china debido a que esta prenda es de uso frecuente por las mujeres jóvenes, quienes culturalmente son llamadas chinas.</p>	Culturalmente la faja es un elemento de la vestimenta de mucha importancia ya que brinda seguridad y permite que el cuerpo concentre mayor fuerza.	20’’
<b>Camino</b>	Agricultura	<p>La producción agrícola de la zona es orgánica e integral.</p> <p>Las zonas de cultivo son llamados chacras. En la chacra se cosechan más de 7 variedades de productos agrícolas.</p> <p>La mayor producción agrícola local es de maíz.</p>	La madre tierra brinda sus frutos naturalmente y en abundancia cuando sus hijos e hijas entienden y respetan los ciclos de la vida dentro y fuera de la esfera tierra.	5’’
<b>Tampu 2</b>	Faja ñakcha	<p>Las fajas tenían diferentes diseños dependiendo de su uso. La ñakcha chumpi o faja ñakcha era utilizado por las mujeres para sostener sus julleras o centros de lana.</p> <p>El término Ñakcha, es una palabra proveniente del runa shimi o inga shimi que da a entender como peine, debido a las</p>	La faja ñakcha da la impresión de ser una faja simple, sin embargo cada línea y color está ubicado en su justo tiempo y espacio, de tal manera que guarde el orden, armonía y belleza para ser de utilidad y de disfrute de su dueño o dueña.	10’’

<b>Estación</b>	<b>Tópico</b>	<b>Tema</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Tiempo</b>
		frangas contenidas en la trama de la faja.		
<b>Camino</b>	Arquitectura tradicional	<p>Las casas tradicionales son construidas con adobes, barro, madera y cubierta de teja.</p> <p>Las maderas a utilizarse en la construcción eran cortadas según la luna, para prolongar su vida útil.</p> <p>La arquitectura tradicional no es única del pueblo Saraguro, pues ha estado presente en otras culturas y continentes del mundo.</p>	El bajo costo, la conservación del ambiente, la facilidad de construcción, larga vida útil, termorreguladoras, antisísmicas, protege del ruido externo, son las ventajas que tiene el conservar la arquitectura tradicional.	5''
<b>Tampu 3</b>	El poncho	<p>La mujer y el varón aportan con su dedicación y cuidadoso trabajo para confeccionar una prenda de vestir.</p> <p>El poncho de lana es una de las prendas de vestir más finas y caras de la cultura Saraguro.</p> <p>Al finalizar la prenda tiene una forma de cuadrado perfecto, no es rectangular.</p> <p>Las dos partes del poncho están unidas con una costura manual llamada kingu. Estas dos partes representan lo masculino y femenino, la dualidad y complementariedad para crear un todo perfecto.</p>	El poncho en algunas culturas del Ecuador se ha constituido en un referente de identidad cultural. Pues en sus tramas guardan símbolos y significados que hablan de la esencia cultural de cada uno de los pueblos.	20''
<b>Camino</b>	Caminata	Caminata		5''
<b>Tampu 4</b>	El hilado	El hilado es una habilidad ancestral que además de ser una forma de elaborar el hilo, era una forma de ayudar al control de la motricidad fina, para un correcto	La constancia en la perfección del hilado, indica el avance en la perfección de la vida del Ser que lo practica.	20''

Estación	Tópico	Tema	Mensaje	Tiempo
		<p>desarrollo y maduración del sistema nervioso.</p> <p>La mujer inicia el hilado desde los 3 años de edad, va desarrollando la habilidad hasta lograr el hilado más fino, con el cual confecciona su propio traje en la juventud y su hogar.</p> <p>Según nos cuentan los mayores de la comunidad el varón también hilaba, actualmente no lo hace, sin embargo en culturas del norte del Ecuador aún esta costumbre está vigente.</p>		
<b>Camino</b>	Los sitios sagrados	Acacana es el cerro sagrado de la comunidad y tiene energía masculina.	Culturalmente todo lo que existe en la naturaleza tiene su par, femenino y masculino, dos polos complementarios. Este entendimiento es aplicable a plantas, piedras, montañas, lagunas, cascadas y más.	10''
<b>Tampu 5</b>	La bayeta	<p>La bayeta es una prenda de vestir de la mujer Saraguro. Es hilo para ello es elaborada por la ella. La confección de esta prenda de vestir incluye varios procesos, como son el hilado, tejido, terminado de la prenda, raspado, batanado y finalmente el teñido y secado de la prenda.</p> <p>Las bayetas deben tener un cuidado especial a la hora del lavado, pues se realiza sin detergentes y en caso de ser luna tierna no se debe lavar ninguna prenda.</p>	La bayeta es una prenda que cubre cálidamente el regazo de los wawas, cobija la espalda de la mujer soltera, cobija al llullu, lleva la semilla a la hora de sembrar y acoge los frutos en la cosecha y mantiene cálidos los alimentos del pinzhi para compartirlo en familia y comunidad.	20''
<b>Camino</b>	Caminata			10''

<b>Estación</b>	<b>Tópico</b>	<b>Tema</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Tampu 6</b>	Plantas tintóreas	<p>Evidencias de la cultura Inca en la antigüedad, ya revelan la existencia y uso de plantas para teñir las prendas de vestir; entre ellas y las más conocidas tenemos la cochinilla, la chilca y el maíz negro.</p> <p>Han pasado muchas generaciones para que se avance en la experimentación con otras plantas que contienen taninos que pueden ser aplicables como tinte. Actualmente las plantas que se suman a la lista ya existente están el nogal, aliso, laurel, matico morado, piñan y rañis.</p>	Las plantas merecen de los humanos todo el respeto y la consideración por ser hijos e hijas de la Allpamama (madre tierra), si van a ser arrancadas debe existir una razón superior, que lo justifique “La vida por la vida”.	20’’

- **Diseño de los medios interpretativos**

a) **Ficha N° 1.** Mural en pared para identificar las casas a visitar en el Sendero

<b>Tipo:</b> Mural de pared	<b>Tema:</b> Bienvenida a los hogares incluidos en la ruta textil
<b>Función:</b> identificar e invitar al visitante a conocer los procesos tradicionales de tejido de prendas de lana de oveja.	<b>Ubicación:</b> Pared visible de casa a visitar
<p><i>Diseño del modelo de exhibición</i></p>	
<p><b>Leyenda</b></p> <p><b>Rotulo 1.</b>  <b>Título:</b> TAMPU 1  <b>Contenido:</b> allí shamushka mashikuna. De la china chumpi wasi</p> <p><b>Rotulo 2</b>  <b>Título:</b> TAMPU 2  <b>Contenido:</b> allí shamushka mashikuna. Ñakcha Chumpi Wasi</p> <p><b>Rotulo 3</b>  <b>Título:</b> TAMPU 3  <b>Contenido:</b> allí shamushka mashikuna. Ñañu puchka Wasi</p> <p><b>Rotulo 4</b>  <b>Título:</b> TAMPU 4  <b>Contenido:</b> allí shamushka mashikuna. Wanku Puchkana Wasi</p> <p><b>Rotulo 5</b>  <b>Título:</b> TAMPU 5</p>	<p><b>Tipo de letra</b></p> <p><b>Títulos y contenido:</b></p> <p>Mayúsculas y minúsculas, con tipo de letra Times New Roman</p>

<b>Contenido:</b> allí shamushka mashikuna. Bayeta Rurana Wasi		
<b>Materiales / dimensiones:</b>		<b>Costos</b>
- 1 plancha de MDF para hacer las letras del letrero en la pared		15.00
- 5 tarros de pintura de color naranja, amarillo, verde, celeste y morado		25.00
- Brochas		6.00
- Cemento de contacto		15.00
- Mano de obra		75.00
<b>TOTAL</b>		<b>136.00</b>
<b>Mantenimiento:</b> semestral	<b>Observaciones:</b> las imágenes están relacionadas con la temática a tratar en cada lugar de encuentro. En el diseño, las letras serán impresas y pegadas sobre una base de M.D.F., para luego ser colocadas en un cuadro tipo mural en la pared.	

- **Decoración**

**a) Ambientación interna de los hogares incluidos en la visita**

El área destinada para la interpretación y uso diario de cada familia será adecuada con sillas, de modo que todos de manera cómoda puedan observar todo el proceso de elaboración del textil, según sea el caso.

Los elementos a ser instalados por cada uno de los participantes para recibir a los turistas en sus hogares incluye:

- Ampliar el espacio interpretativo donde puedan ubicarse organizada y cómodamente 13 personas incluido el guía y la familia del anfitrión comunitario para el desarrollo de la visita.
- Adecuación de baños para el uso familiar y turístico.
- Sillas para los visitantes (tucus de madera cubiertas con piel de ovejas)

El tumbado del espacio interpretativo será cubierto con algún elemento natural local dando mayor realce a uso de elementos naturales en la arquitectura tradicional.

### b) Ambientación externa

En la pared visible de cada casa a ser visitada se pintará un mural de pared, el mismo que contendrá el mensaje de bienvenida y temática específica a tratarse en el lugar.

### c) Necesidades propias para el sendero textil

- Adecuación de caminos vecinales que se dirigen a los hogares a ser visitados
- Plantación de árboles nativos, ornamentales y frutales en el sendero

### 3. Listado total de requerimiento de medios interpretativos para el centro

Realizado el diseño de los dos espacios de interpretación del centro tanto para la “Jatun Tampu” y sendero textil “Ñawi Ñawi” se realiza el listado de medios interpretativos necesarios a ser implementados.

**Cuadro N° 37.** Medios interpretativos requeridos.

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
Juego de instrumentos para demostración interpretativa del proceso de urdido	2	44.00	88.00
Juego de instrumentos para demostración interpretativa del proceso de tejido	2	82.50	165.00
Exhibición fotográfica	12	64.16	769.92
Mural de constelaciones, símbolos y principios andinos	1	225.00	225.00
Estante mostrador de plantas tintóreas	1	95.00	95.00
Exhibición de pared sobre el recorrido del Sendero Textil	1	35.00	35.00
Demostración interpretativa del proceso de extracción y preparación de tientes naturales	-	606.00	606.00
Demostración interpretativa del proceso de hilado	-	37.00	37.00
Letrero de bienvenida	1	92.00	92.00
Mostrador de madejas tinturadas	1	15.00	15.00
Telares para la producción textil	-	1260.00	1260.00
Mural de bienvenida en tambos del Sendero Textil	5	27.20	136.00
<b>TOTAL</b>			<b>3,175.92</b>

#### **4. Servicios interpretativos en el centro**

Los servicios interpretativos han sido establecidos en base a la realidad local y los intereses expresados por la audiencia turística y comunitaria, con miras a satisfacer las necesidades y expectativas de los potenciales usuarios de estos servicios.

##### **a. Servicio interpretativo # 1**

###### **1) Nombre**

“Jatun Tampu”

###### **2) Significado**

“Espacio de llegada y estancia, que como uno solo, las adecuaciones de infraestructura, ambientales y de paisaje contribuyan al bien estar y sentir del ser humano”.

###### **3) Ubicación**

Casa principal o “Jatun Tampu”

###### **4) Objetivo**

Evidenciar las particularidades y el valor del textil tradicional de lana de oveja, mediante demostraciones interpretativas de todos los procesos y procedimientos necesarios hasta lograr un producto terminado.

###### **5) Audiencia objetivo**

Niños, jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con capacidades especiales.

###### **6) Recursos del servicio**

- Lana de oveja sin lavar y lavada y seca

- Tres guangunas ya listas para elaborar hilo: fino para poncho, grueso bayeta y grueso cobija.
- Dos madejas de hilo blanco para ser teñidas.
- Dos ollas de barro con capacidad para 12 litros.
- 7 canastos con plantas tintóreas, cada una con ovillos de los colores que se obtienen de ellas.
- Montaje ya avanzado del urdido tradicional.
- Tejido ya avanzado en makana con todos los instrumentos necesarios para tejer.
- Productos terminados de la vestimenta tradicional de lana de oveja de la cultura Saraguro.

### 7) Tiempo de recorrido

70 minutos

### 8) Itinerario

El servicio ha sido elaborado con facilidad de visita para turistas de paso; en poco tiempo y en un solo lugar.

**Cuadro N° 38.** Itinerario interpretativo para el “Jatun Tampu”.

Actividad	Lugar	Descripción	Tiempo	Responsable
Arribo del turista	Casa principal	Bienvenida y registro de los visitantes	5’’	Coordinador – repcionista
Visita al área de producción textil tradicional con makana	Plaza interpretativa	Visualización del proceso de lavado de lana de oveja sin el uso de detergentes Demostración en vivo del proceso de hilado y sus diferentes formas de torcido y grosor, según la prenda a confeccionar. Demostración en vivo del proceso de urdimbre. Demostración en vivo del proceso de tejido con makana e instrumentos de uso. Demostración en vivo del proceso de tinturado.	45’’	Guía intérprete

Actividad	Lugar	Descripción	Tiempo	Responsable
		Visita del área de venta artesanal para observar los productos terminados en lana de oveja.		
Refrigerio menú tradicional	Café – restaurante de la casa principal	Degustación de la gastronomía tradicional, con productos cultivados en la zona	15”	Guía interprete y personal de cocina
Final del recorrido	Evaluación del servicio y despedida	Aplicación de fichas de evaluación del servicio a todos los visitantes. Ofrendar a los visitantes una artesanía de recuerdo para que sea sorteado en el grupo	5”	Guía intérprete y coordinador

## 9) Precio venta

**Cuadro N° 39.** Precio de venta por servicio interpretativo.

Servicio interpretativo “Jatun Tampu”							
Costos generales	Cantidad	Precio unitario	Rangos de pax				
			1	2 a 3	4 a 6	7 a 9	10 a 12
Guía intérprete	1	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5
<b>Total costos generales</b>		<b>4.5</b>	<b>4.5</b>	<b>4.5</b>	<b>4.5</b>	<b>4.5</b>	<b>4.5</b>
Costos Individuales							
Refrigerio	1	2	2	2	2	2	2
Reuerdo	1	2	2	2	2	2	2
<b>Total costos por pax</b>			<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
COSTOS TOTALES							
Total Costos Generales			4.5	2.25	1.13	0.64	0.45
Total Costos Individuales			4	4	4	4	4
<b>SUMA TOTAL COSTOS</b>			<b>8.50</b>	<b>6.25</b>	<b>5.13</b>	<b>4.64</b>	<b>4.45</b>
Gastos administrativos 10%			0.85	0.63	0.51	0.46	0.45
Gastos de venta 5%			<b>0.43</b>	<b>0.31</b>	<b>0.26</b>	<b>0.23</b>	<b>0.22</b>
Margen de rango (utilidad) 15%			1.28	0.94	0.77	0.70	0.67
<b>PRECIO POR SERVICIO</b>			<b>11.05</b>	<b>8.13</b>	<b>6.66</b>	<b>6.04</b>	<b>5.79</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

## 10) Incluye

Guía intérprete, refrigerio, recuerdo.

**11) No incluye**

Bebidas, alimentos no descritos.

**b. Servicio interpretativo # 2.****1) Nombre**

Sendero Textil “Ñawi Ñawi”

**2) Significado**

Encuentro en persona o en vivo con los artesanos de la comunidad

**3) Ubicación**

Sector de Acacana y Pichig en 5 hogares de hombres y mujeres artesanos

**4) Objetivo**

Evidenciar las particularidades y la dimensión de la labor textil mediante el encuentro directo con la realidad social y cultural de las familias y población en general.

**5) Audiencia objetivo**

Niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.

**6) Recursos del servicio**

- Transporte

**7) Tiempo de recorrido**

Dos horas y media

## 8) Itinerario

Para disfrutar del presente servicio es menester disponer de mayor tiempo, ya que el recorrido es realizado a pie por hogares ubicados en dos sectores de la comunidad.

**Cuadro N° 40.** Itinerario interpretativo para el Sendero Textil “Ñawi Ñawi”.

<b>Actividad</b>	<b>Lugar</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Responsable</b>
Arribo del turista al	Casa principal	Bienvenida y registro de los visitantes	5''	Coordinador y Guía intérprete
Traslado en autobús	Punto de inicio del Sendero Textil “Ñawi Ñawi”	Desde la casa principal los visitantes serán trasladados hasta el punto de inicio del sendero, desde donde se emprende una caminata para visitar 5 hogares.	5''	Guía intérprete
Visita al Tampu 1: tejido de la faja de la china	Casa de la señora Rosa Medina	Bienvenida a los visitantes por parte de la dueña de casa. Demostración en vivo del tejido y explicación de los símbolos que contiene.	20''	Guía intérprete
Visita al Tampu 2: tejido de la faja ñakcha	Casa de la señora Isabel Tene	Bienvenida a los visitantes por parte de la dueña de casa. Demostración en vivo del tejido y experiencia del tejido por los visitantes	15''	Guía intérprete
Visita al Tampu 3: Hilado fino y tejido con callua del poncho tradicional de lana de oveja	Casa de la señora Angelita Saca y Asunción Zhunaula	Bienvenida por parte de la dueña de casa, y explicación de la organización del trabajo familiar y su experiencia en el campo textil. Demostración del proceso de hilado fino para poncho, zamarro y kushma. Demostración del proceso de tejido fino.	25''	Guía intérprete
Visita al Tampu 4: Hilado e hilos según la prenda a confeccionar	Casa de la señora Asunción Tene	Bienvenida y demostración de la elaboración del hilo, su calidad y grosor.	20''	Guía intérprete
Visita al Tampu 5: Hilado y tejido en callua de la	Casa del señor Lauro Guamán	Demostración de la manera como se teje una bayeta. Explicación del terminado, batonado y tinturado de la bayeta, hasta que esté listo para vestir.	20''	Guía intérprete

Actividad	Lugar	Descripción	Tiempo	Responsable
bayeta tradicional de lana de oveja.				
Visita al Tampu 6: Proceso de tinturado	Casa principal	Bienvenida de la dueña de casa. Compartir la experiencia del teñido con plantas. Presentación de especímenes de plantas tintóreas y los colores que proporcionan. Muestra práctica del proceso de teñido en dos colores con una madeja de hilo.	20"	Guía intérprete
Refrigerio menú tradicional	Café – restaurante de la casa principal	Degustación de la gastronomía tradicional, con productos cultivados en la zona	15"	Guía interprete y personal de cocina
Final del recorrido	Evaluación Despedida	Aplicar la ficha de evaluación del servicio. Ofrendar a los visitantes un recuerdo	5"	Guía intérprete y coordinador

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

## 9) Precio venta

Cuadro N° 41. Precio de venta por servicio interpretativo.

Servicio interpretativo Sendero Textil "Ñawi Ñawi"								
Costos generales	Cantidad	Precio unitario	Rangos de pax					
			1	2 a 3	4 a 6	7 a 9	10 a 12	
Guía intérprete	1	11	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00	11.00
Transporte	1	3	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
<b>Total costos generales</b>			<b>14.00</b>	<b>14.00</b>	<b>14.00</b>	<b>14.00</b>	<b>14.00</b>	<b>14.00</b>
<b>Costos Individuales</b>								
1 Refrigerio	1	2	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
1 Recuerdo	1	2	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Total costos por pax (2)			<b>4.00</b>	<b>4.00</b>	<b>4.00</b>	<b>4.00</b>	<b>4.00</b>	<b>4.00</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>								
Total costos generales			14.00	7.00	3.50	2.00	1.40	
Total costos individuales			4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	
<b>SUMA TOTAL COSTOS</b>			<b>18.00</b>	<b>11.00</b>	<b>7.50</b>	<b>6.00</b>	<b>5.40</b>	
Costos administrativos 10%			1.80	1.10	0.75	0.60	0.54	
Gastos de venta 5%			<b>0.90</b>	<b>0.55</b>	<b>0.38</b>	<b>0.30</b>	<b>0.27</b>	
Margen de rango (utilidad) 15%			2.70	1.65	1.13	0.90	0.81	
<b>PRECIO POR SERVICIO</b>			<b>23.40</b>	<b>14.30</b>	<b>9.75</b>	<b>7.80</b>	<b>7.02</b>	

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

**10) Incluye**

Guía intérprete, transporte, refrigerio, recuerdo.

**11) No incluye**

Bebidas, alimentos no descritos.

**c. Servicio interpretativo # 3****1) Nombre**

“Hilando y tejiendo fino”

**2) Ubicación**

Tampu 3. Sector de Pichig, familia Zhunaula Saca

**3) Objetivo**

Compartir la sabiduría del hilado fino y todo el proceso de urdido y tejido con callua.

**4) Audiencia objetivo**

Niños, jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con capacidades especiales.

**5) Recursos del servicio:**

Instrumentos para tejido, urdido y tejido de prendas de lana en makana.

**6) Tiempo de duración**

Dos días

## 7) Itinerario

Este servicio está diseñado para las personas interesadas en experimentar un tiempo de convivencia y aprendizaje con las familias o personas expertas en textilería.

**Cuadro N° 42.** Itinerario interpretativo para el servicio “Hilando y tejiendo fino”.

Actividad	Lugar	Descripción	Tiempo	Responsable
<b>DÍA UNO</b>				
Arribo del turista	Casa principal	Bienvenida y registro de los visitantes	5’’	Coordinador – repcionista
Caminata	Sector de Pichig, familia Zhunaula Saca	Los visitantes se dirigen hasta el Tambo 3, para pasar el día en convivencia con una familia textilera de la comunidad	10’’	Guía intérprete
Inicio de la convivencia	Casa de la familia Zhunaula Saca	Experiencia del proceso de hilado fino, iniciando desde el lavado, escarmenado y preparación del guango.	4 Horas	Líder del tambo 3
Almuerzo	Casa de la familia Zhunaula Saca	Cosecha de productos, preparación y degustación del alimento de consumo diario con la familia	1Hora y media	Líder del tambo 3
Continuidad de actividades	Casa de la familia Zhunaula Saca	Coger el guango y aprender a hilar, ovillar lo que se ha hilado	3 Horas	Líder del tambo 3
Cena	Casa principal	Preparación y degustación de un menú tradicional de la zona	1 hora	Encargados de cocina
<b>DÍA DOS</b>				
Desayuno	Casa principal	Degustación de menú tradicional	45’’	Coordinador - repcionista
Dirigirse al tambo 3	Casa de la familia Zhunaula Saca	Aprender a urdir y aprender a tejer una faja	4’’	Líder del tambo 3
Almuerzo	Casa de la familia Zhunaula Saca	Degustación de menú tradicional	1 hora	Líder del tambo 3
Continua el tejido	Casa de la familia Zhunaula Saca	Continua hasta finalizar el tejido de la faja	3 horas	Líder del tambo 3
Despedida	Casa principal	Final de la convivencia Lunch o kukayu para el camino	10’’	Coordinador – repcionista y guía intérprete

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

## 8) Precio venta

**Cuadro N° 43.** Precio de venta por servicio interpretativo.

<b>"Hilando y tejiendo fino"</b>					
<b>Costos generales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Rangos de pax</b>		
			<b>1</b>	<b>2 a 4</b>	<b>5 a 7</b>
Guía interprete	1	60	60	60	60
<b>Total costos generales</b>			<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>
<b>Costos Individuales</b>					
Refrigerio	2	2	4	4	4
Desayuno	1	3	3	3	3
Almuerzos	2	3.5	7	7	7
Cena	1	3	3	3	3
Hospedaje	1	8	8	8	8
Equipo para actividades prácticas		10	10	10	10
<b>Total costos por pax</b>			<b>35</b>	<b>35</b>	<b>35</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>					
Total costos generales			60	30	12
Total costos individuales			35	35	35
<b>SUMA TOTAL COSTOS</b>			<b>95.00</b>	<b>65.00</b>	<b>47.00</b>
Gastos administrativos 10%			9.5	6.5	4.7
Gastos de venta 5%			4.75	3.25	2.35
Margen de rango (utilidad) 15%			14.25	9.75	7.05
<b>PRECIO POR SERVICIO</b>			<b>123.50</b>	<b>84.50</b>	<b>61.10</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

## 9) Incluye:

Guía nativo, refrigerio, almuerzo, cena, hospedaje, todo el paquete de instrumentos para el hilado, urdido y tejido.

## 10) No incluye:

Bebidas, alimentos no descritos.

**d. Servicio interpretativo # 4****1) Nombre**

“Tinturado con plantas”

**2) Ubicación**

Jatun tampu

**3) Objetivo**

Inserción en la práctica del conocimiento ancestral, investigación y experimentación, conociendo a la naturaleza desde el proceso de tinturado.

**4) Audiencia objetivo**

Niños, jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con capacidades especiales.

**5) Recursos del servicio**

Transporte

**6) Tiempo de recorrido**

Un día

**7) Itinerario**

Este servicio permitirá la activa participación de los interesados en los procesos y procedimientos de tinturado, con el ánimo de generar nuevas experiencias y resultados en este campo.

**Cuadro N° 44.** Itinerario interpretativo para el servicio de “Tinturado con plantas”.

Actividad	Lugar	Descripción	Tiempo	Responsable
Arribo del turista	Casa principal	Bienvenida y registro de los visitantes	10''	Coordinador
Juntar 4 especímenes de plantas para tinturado	Área de plantas tintóreas de la casa principal	Los visitantes ayudan a recoger en cestos las plantas para tinturar	1 Hora	Guía intérprete
Machacado de las plantas	Área de tinturado	Todos ayudan a moler la planta	1 Hora	Guía intérprete
Almuerzo	Café restaurante de la casa principal	Degustación de menú tradicional local	1 Hora	Encargados de cocina
Inicio del proceso de tinturado natural	Área de tinturado	Alistar las madejas de hilo a usar para el proceso y hervir la tinta	2 Horas	Guía intérprete
Teñido de madejas		Introducir madejas en tinta y remover	30''	Guía intérprete
Lavado de madejas	Casa principal	Las madejas deben lavarse hasta que el agua que salga sea totalmente limpia	45''	Guía intérprete
Fin de actividades		Despedida y brindar un kukayu para el camino	10''	Coordinador y guía intérprete

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

## 8) Precio de venta

**Cuadro N° 45.** Precio de venta por servicio interpretativo.

Tinturado con plantas						
Costos generales	Cantidad	Precio unitario	Rangos de pax			
			1	2 a 4	5 a 7	8 a 12
Guianza nativa	1	30	30	30	30	30
<b>Total costos generales</b>			<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>
<b>Costos Individuales</b>						
Refrigerio	1	2	2	2	2	2
Almuerzo	1	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5
Materiales para actividades prácticas		5	5	5	5	5
<b>Total costos por pax</b>			<b>10.5</b>	<b>10.5</b>	<b>10.5</b>	<b>10.5</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>						
Total costos generales			30	15	6	3.75
Total costos individuales			10.5	10.5	10.5	10.5
<b>SUMA TOTAL COSTOS</b>			<b>40.50</b>	<b>25.50</b>	<b>16.50</b>	<b>14.25</b>

<b>Tinturado con plantas</b>						
<b>Costos generales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Rangos de pax</b>			
			<b>1</b>	<b>2 a 4</b>	<b>5 a 7</b>	<b>8 a 12</b>
Gastos administrativos 10%			4.05	2.55	1.65	1.43
Gastos de venta 5%			2.03	1.28	0.83	0.71
Margen de rango (utilidad) 15%			6.08	3.83	2.48	2.14
<b>PRECIO POR SERVICIO</b>			<b>52.65</b>	<b>33.15</b>	<b>21.45</b>	<b>18.53</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

### 9) Incluye

Guía nativo, refrigerio, almuerzo, 2 madejas de hilo para teñir.

### 10) No incluye

Bebidas y alimentos no descritos.

## 5. Diseño de la imagen corporativa

La imagen corporativa del Centro Interpretativo Cultural se creó a través de una identidad visual diferenciadora, que le permita posicionarse en el mercado a través de su inserción como marca en los productos artesanales que se comercialicen a través de la misma, por lo cual se propone la siguiente imagen de marca.



**Gráfico N° 63.** Imagen corporativa del centro  
Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

### **a. Nombre del centro interpretativo cultural textil**

Previamente se realizó un análisis del entorno cultural y servicios que prestaría el centro, para denominarlo con el nombre de “*Milma Sacha*”, terminología tomada del Inga Shimi que en castellano quisiera expresar la relación de la lana y los vegetales; haciendo referencia a la lana como materia prima con el cual se elabora el textil y al uso de las plantas para el proceso de tinturado.

### **b. Signos de identidad**

La imagen marca del producto está compuesto por una imagen simbólica que es el ovillo de hilo de variados colores; esta imagen representa en si a la comunidad y su diversidad tanto natural, como la diversidad de pensamiento, aun sabiendo que somos parte de una misma cultura. De este ovillo se extienden hebras de diversos colores, simbolizando tanto las raíces culturales, como a los hilos que dan forma a la vestimenta de la cultura Saraguro, y representan a la vez las hebras de la vida que sostienen en equilibrio y armonía la existencia de los pueblos, las esferas y el cosmos infinito.

## **6. Estrategias de mercadeo**

Debido a la trascendente importancia de la manera de dar a conocer el centro a la demanda objetivo, se han definido los siguientes canales de distribución.

### **a. Canales de distribución**

El canal primario de distribución definido para la venta de los servicios será directo, del productor al consumidor garantizando una venta sin intermediarios, traducido a precios justos y accesibles para el turista.

Además se pretende vender el producto en alianza la operadoras de turismo que presten garantías relacionadas a facturación, seriedad, posicionamiento en el mercado, ubicación estratégica y segmento al que atiende.

## **b. Estrategias de Marketing Mix**

Las estrategias que conforman el marketing mix, fueron definidas tomando en cuenta el perfil del visitante obtenido en el estudio de la demanda.

### **1) Estrategia de producto**

#### **a) Estrategia 1 para mejoramiento de equipamientos para un servicio interpretativo de calidad**

- Mantenimiento y adecuaciones constantes y pertinentes a la temática interpretativa de la ruta del sendero textil, haciéndola más atractiva y amena para el recorrido.
- Mejorar constantemente la decoración y los medios que serán de utilidad para el proceso interpretativo, dando la oportunidad de recibir y atender audiencias con capacidades especiales.

#### **b) Estrategia 2 de exclusividad del servicio**

- Como parte del posicionamiento de la imagen se debe incluir en todas las artesanías una marca del centro.
- Disponer de un equipo encargado del diseño de los bordados que serán plasmados en las prendas, utilizando signos y símbolos con significado y mensaje cultural que será transmitido a quien adquiera el producto.
- Es importante contar con una diversificación continua de la oferta según los grupos, una de las actividades potenciales dentro del recorrido sería el agroturismo, visita a sitios arqueológicos y sitios naturales. Servicios que pueden ser operados en red, con otras iniciativas de servicios dentro de la comunidad.

**c) Estrategia 3 para evaluación permanente del servicio prestado por el centro**

Con el objeto de garantizar la calidad de las actividades a realizarse en el centro, así como para crear y mantener la imagen del mismo, y asegurar la promoción por parte de los visitantes que ya hicieron uso de sus servicios, se propone tomar en cuenta lo siguiente:

**Cuadro N° 46.** Evaluación del proceso de operación del servicio interpretativo.

<b>Proceso de operación del servicio de interpretación</b>	<b>Criterios de evaluación</b>	<b>Responsable</b>	<b>Herramienta de evaluación</b>
<b>Guianza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nivel de capacitación (conocimiento de la razón de ser del centro)</li> <li>- Técnicas de guiar</li> <li>- Interpretación cultural</li> <li>- Manejo de grupo, atento a las necesidades de los visitantes</li> </ul>	Guía interprete	Hoja de evaluación para el visitante
<b>Calidad del servicio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Satisfacción de los visitantes al finalizar el recorrido.</li> <li>- Material utilizado para el desarrollo de actividades conjuntas</li> </ul>		
<b>Alimentación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limpieza</li> <li>- Puntualidad</li> <li>- Uso de productos tradicionales</li> </ul>	Coordinador y personal de cocina	Ficha de inspección del área de alimentos
<b>Áreas interpretativas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infraestructura en buen estado</li> <li>- Limpieza para cada visita</li> </ul>	Rotativo: coordinador, guía intérprete	Ficha de evaluación de áreas
<b>Sitios de visita en la comunidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Puntualidad</li> <li>- Claridad en la explicación</li> <li>- Amabilidad</li> <li>- Comodidad</li> <li>- Limpieza</li> </ul>		Ficha de evaluación de la ruta de interpretación textil

**Fuente:** Sanaguano, A. 2011.

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

**d) Estrategia 4 para conservación de las áreas usadas para el desarrollo de actividades promovidas por el centro**

- Uno de los ejes prioritarios del centro es promover el respeto y valoración a la diversidad cultural y a la naturaleza, por lo cual se propone poner mayor atención y priorizar la relación del turista con el poblador local, utilizando el idioma nativo y acogiendo las actitudes de relación armónica con la naturaleza.
- Para mantener la armonía en los momentos de encuentro turista y comunidad, se comunicará las normas de comportamiento del turista en el área de visita, para prevenir y disminuir los posibles impactos socioculturales o ambientales.

**2) Estrategia de precio**

**a) Estrategia 1 de promoción y venta**

- Con el fin de promover la visita al centro se propone la creación de incentivos a través de regalías en fechas especiales, por grupo de visita como: estudiantes, personas con capacidades especiales.
- Realizar actividades de exposición de los productos que tiene el centro, en los programas realizados por el Ministerio de Cultura en la ciudad y provincia de Loja.

**3) Estrategia de plaza**

**a) Estrategia 1: Alianza con centros de turismo comunitario e instituciones**

Gracias a que el centro tiene un interés cultural, se propone establecer acercamientos con redes de turismo comunitario a nivel provincial y nacional, promoviendo actividades diferentes en los paquetes que se venden en la zona sur del Ecuador. Además, se ve como alternativa tomar contacto con los directivos de los centros educativos primarios y secundarios, como una forma de complementar o fortalecer las temáticas recibidas en el aula. Además de buscar alianzas

con organismos internacionales para promover y ampliar el nivel de beneficios del centro hacia la comunidad.

#### **4) Estrategia de comercialización**

- Se trabajará constantemente con los colaboradores directos e indirectos del centro, en la definición clara de la visión y misión del centro y los servicios que brinda, destacando aquellas características especiales que posea el establecimiento y que pueden ser atractivas para cada segmento de mercado.
- Incorporar el tema de buenas prácticas y sostenibilidad y las acciones para lograrlo, como una manera de llegar a los viajeros responsables que compren este tipo de servicios. Además de generar y atraer la atención de otros sectores interesados en turismo sostenible como: periodistas, instituciones académicas, inversionistas, instituciones financieras, etc., que pueden colaborar para mejorar la gestión sostenible o los resultados de las acciones de mercadeo.
- Además se diseñarán medios publicitarios en base a los resultados del estudio de audiencia nacional y extranjera.

**Cuadro N° 47.** Canales y medios publicitarios a utilizar en el centro

<b>Target</b>	<b>Canal</b>	<b>Táctica</b>	<b>Política de funcionamiento</b>	<b>Medios publicitarios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Turistas nacionales (Loja, El Oro, Azuay, Pichincha) y extranjeros (EE.UU, Argentina, Brasil)	<b>Directo e Indirecto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Venta directa del producto desde las instalaciones del centro</li> <li>- Participación en ferias y eventos de turismo</li> <li>- Apertura a la organización y ejecución de eventos relacionados a la cultura, agricultura o ganadería; líneas de producción potenciales del territorio local.</li> <li>- Realizar alianzas con redes de turismo comunitario provincial y nacional para integrar los servicios del centro a un producto turístico en la zona sur del Ecuador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contacto con los clientes de forma personal, por teléfono o por la página Web.</li> <li>- Proporcionar información clara, sencilla y bien sustentada de los servicios interpretativos culturales ofertados por el centro.</li> <li>- Concretar la venta proporcionando las facilidades y servicios necesarios y al gusto del cliente.</li> <li>- Promoción de los productos y servicios que ofrecen otros CTC del país.</li> </ul>	- Multimedia	1	250.00	250.00
				- Web site	1	1200.00	1200.00
				- Redes sociales	1	240.00	240.00
				- Revista	500	2,50	1250.00
				-Tarjetas de presentación	1	80.00	80.00
				- Spots publicitarios en radio	48	7.00	336.00
<b>TOTAL</b>							<b>3116.00</b>

## D. VIABILIDAD ADMINISTRATIVA Y LEGAL

### 1. Estructura administrativa

Con el propósito de lograr una labor conjunta entre las áreas que conforman el centro y los actores presentes en la comunidad, se propone un modelo administrativo con poder, responsabilidades y beneficios compartidos, sostenido en los flujos de comunicación interna del centro y flujo de comunicación y coordinación externa al centro.

#### a. Personal necesario para la operación del centro

El personal necesario para la coordinación y prestación de servicios interpretativos en la casa principal son los siguientes:

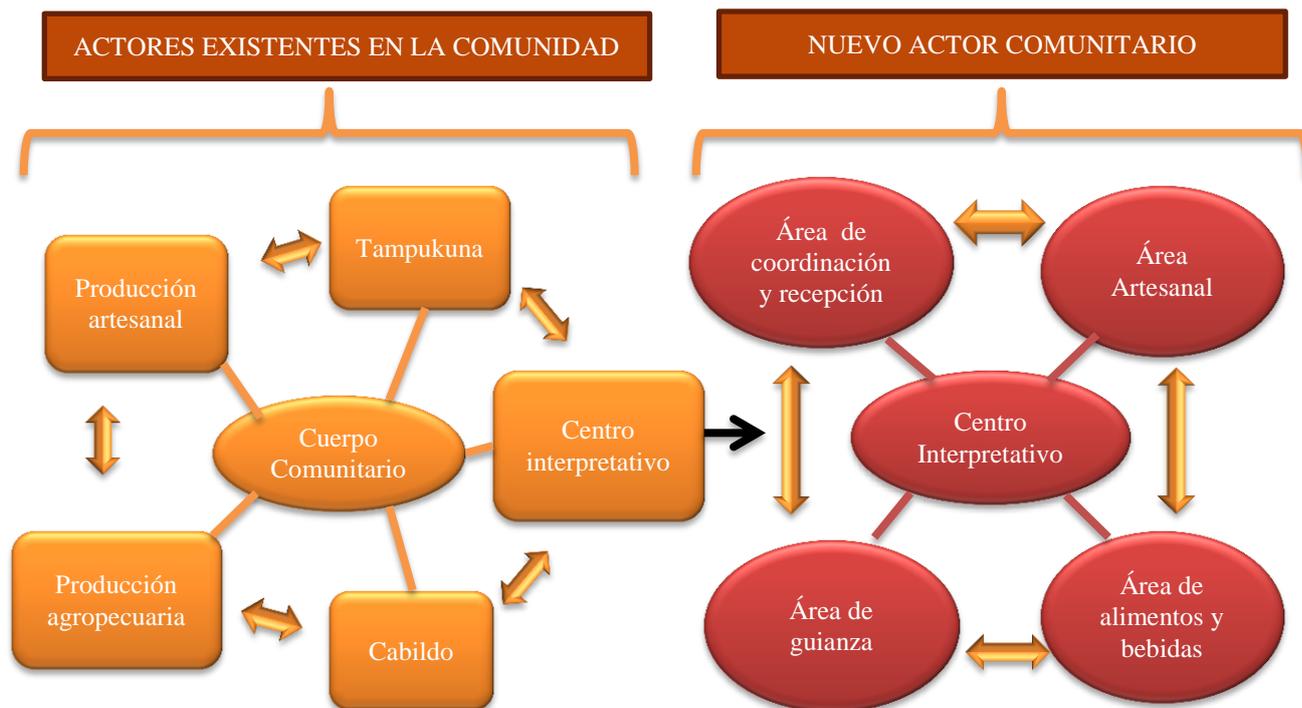
**Cuadro N° 48.** Personal necesario para el centro.

N° pax	Área	Responsabilidad
<b>Área administrativa</b>		
1	Coordinador(a) y recepcionista	Coordinación general y veedor de la estabilidad del centro
<b>Área de interpretación y exposición</b>		
1	Guianza interpretativa	Guía intérprete
1	Tienda artesanal	Vendedora de artesanías en la tienda
<b>Área de servicios complementarios</b>		
2	Cocinera y ayudante de cocina	Preparación de alimentos y bebidas tradicionales para los turistas
2	Tejedores para telar y makana	Producción de artesanías de recuerdos para los visitantes

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

#### b. Organigrama estructural del centro

El organigrama estructural visualiza cómo se integra, conforma y organiza el centro a un entorno ya establecido como es la comunidad, en una red conformada por actores de naturaleza político – administrativa y de producción, con el cual se pretende laborar en equipo, dentro del cual cada actor y área se responsabilicen de sus funciones y responsabilidades específicas, manteniendo líneas activas de comunicación de ida y vuelta, con el ánimo de generar beneficios múltiples a nivel interno y externo al centro.



**Gráfico N° 64.** Organigrama estructural del centro

**Realizado por:** Quizhpe, T. 2014.

El gráfico N° 64 evidencia los actores presentes dentro de la comunidad con los cuales el centro, como nuevo actor se relacionaría de manera directa, todos ellos están unidos con líneas que representan la comunicación y cooperación para alcanzar propósitos de interés y beneficio común.

### 1) Actores y áreas que conforman el proceso administrativo y operativo

#### a) Actores de la comunidad

##### i. Cabildo

El directivo del cabildo en coordinación con el equipo de gestión y operación del centro promoverán la socialización, capacitación e inclusión de los Actores interesados y voluntarios a esta línea de trabajo conjunto, activando y reforzando polos de producción y prestación de bienes y servicios.

**ii. Producción agropecuaria**

Está constituido por familias que dedican la mayor parte de su tiempo diario a la crianza de animales y su huerto, quienes tengan la voluntad y capacidad de vender sus productos al centro para que los mismos sean preparados y servidos al visitante, a través del café restaurante de la casa principal.

**iii. Producción artesanal**

Está constituido por todas las personas que desde su propia iniciativa y voluntad confeccionan de prendas de vestir de lana, sean estas elaboradas en telares, calluas, palillos, crochet u otros instrumentos y métodos. Productos artesanales que serán comercializados a través de la tienda artesanal en el centro

**iv. Tampukuna**

Los tampukuna se constituyen los hogares de familias que dedican su tiempo a la producción textil, los cuales formarán parte del sendero textil “Ñawi Ñawi”, el mismo que significa tener una vivencia real directa del turista con el productor artesanal, reconociendo su historia, su espacio, su familia y su ardua labor diaria para confeccionar una prenda de vestir.

**b) Áreas que conforman el centro****i. Área de coordinación y recepción**

Se encargará de la gestión y operación de todo el centro y en su relación con los actores de la comunidad, desde su fase inicial de implementación. Además es el encargado de llevar el registro de los turistas que visitan el centro y la contabilidad.

**ii. Área artesanal**

Esta área estará a cargo de una persona, quien llevará una lista de proveedores artesanales de la localidad con su correspondiente producto y precio de venta. Además de llevar una contabilidad de los productos vendidos, sus dueños y precio al que fue vendido. Esta

persona será quien dará la bienvenida a los visitantes dentro del área de exposición y venta artesanal, disponiéndose a dar explicación de algunos procesos u procedimientos textiles si es necesario.

### **iii. Área de alimentos y bebidas**

Esta área estará a cargo de dos personas, una cocinera y ayudante de cocina que se encargarán de mantener el lugar en buenas condiciones para la recepción de turistas. Además es la encargada de realizar una lista de proveedores para contratar y comprar de los productores agropecuarios locales sus productos, para ser preparados los alimentos y bebidas; priorizando los menús tradicionales.

### **iv. Área de guianza**

Estará a cargo de una persona, quien se ocupará de la planificación de actividades y organización de los recorridos, actividades y servicios a brindarse, en conjunto con el coordinador del centro y las personas de las demás áreas. Esta área debe disponer material para brindar información oportuna y necesaria para el turista. De ser preciso debe elaborar propuestas y gestionar presupuestos en conjunto con el coordinador, con miras a mejorar su accionar como área. De ser necesario se contratarán más guías locales.

El personal del área debe prestar al turista la asistencia necesaria en trámites, prevenir eventualidades que afecten la integridad física y moral tanto propia como del o de los turistas; y, solucionar los imprevistos. El área mantendrá un análisis constante del nivel de satisfacción del cliente según datos recogidos con la evolución final de satisfacción; resultados que serán socializados de manera oportuna a través de sesiones del personal que trabaja en el centro, proveedores y actores implicados.

c. Estructura funcional en las áreas que conforman el proceso administrativo y operativo



Gráfico N° 65. Organigrama funcional del centro

Realizado por: Quizhpe, T. 2014.

En el gráfico N° 65 nos permite visualizar y diferenciar el personal participante tanto en el centro y en la comunidad, las funciones, responsabilidades, canales formales de comunicación y los canales de cooperación.

1) Manual de funciones del centro

Las funciones definidas para el personal del centro están basadas en el Manual de Calidad para la oferta del producto turístico comunitario de la CORDTUCH (2006).

a) Coordinador general

Cuadro N° 49. Manual de funciones para el coordinador general del centro.

<b>Perfil/experiencia</b>		
<b>Edad:</b> Mínimo 25 años	<b>Género:</b> Indistinto	<b>Experiencia:</b> 1 año en cargos similares
<b>Formación académica:</b> Ing. en ecoturismo,	<b>Conocimientos:</b> - Conocer los principios andinos de convivencia para el sumak kawsay	<b>Habilidades:</b> - Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva

antropología, cultura o afines	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas de planificación y control allegados a lo tradicional andino</li> <li>- Técnicas de trabajo en equipo</li> <li>- Técnicas de liderazgo</li> <li>- Procesos y procedimientos básicos administrativos y contables</li> <li>- Técnicas básicas de negociación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación de corto, mediano y largo plazo</li> <li>- Mediador</li> <li>- Toma de decisiones en situaciones críticas</li> <li>- Capacidad para solución de conflictos</li> <li>- Relaciones públicas con clientes potenciales y reales</li> </ul>
--------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Cargo</b>	<b>Coordinador general del centro</b>
--------------	---------------------------------------

<b>Funciones</b>
------------------

- Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de centro a la cual pertenece.
- Recibe y registra llamadas de aliados, proveedores y turistas.
- Formula políticas para la realización de reservaciones.
- Realiza reservaciones.
- Establece políticas de cancelación de reservaciones.
- Coordina la operación de servicios, con el equipo de gestión del centro.
- Efectúa informes de reservaciones.
- Recibe al visitante.
- Coordinar actividades para lograr la obtención de objetivos del centro con la máxima eficacia.
- Organizar y dirigir las reuniones periódicas de trabajo del personal que conforma el equipo de gestión del centro.
- Llevar el libro de actas de reuniones del equipo de gestión del centro.
- Orientar el trabajo del personal que conforma el equipo de gestión del centro.
- Elaborar la nómina y archivos personales de los integrantes del equipo de gestión del centro.
- Conceder, certificar y justificar permisos, faltas, atrasos y enfermedades de los integrantes del equipo de gestión del centro.
- Encargarse de la comercialización de los servicios interpretativos del centro.
- Recopilar material fotográfico, bibliográfico para la elaboración de medios de difusión turística.
- Coordinar actividades vinculadas a la difusión y comercialización turística del centro.
- Coordinar la elaboración y actualización periódica de medios de publicidad de los servicios del centro.
- Seleccionar y aplicar las herramientas administrativas necesarias para mejorar la gestión del centro.
- Controlar y supervisar presupuestos de ventas.
- Recibir, registrar, emitir y archivar la correspondencia y documentación del centro.
- Formula políticas de promoción, precios, ventas, etc. Para su aprobación por el equipo de gestión del centro.
- Promueve el cumplimiento del reglamento interno del centro
- Realiza una lista de proveedores y les visita continuamente para evaluar la calidad y el precio de los productos a adquirir.
- Hace recorridos periódicos por todas las instalaciones del centro.
- Hace recorridos periódicos para evaluar la calidad del servicio y la cortesía de los miembros del equipo de gestión del centro, con los huéspedes.
- Hace evaluación mensual de los comentarios de los huéspedes, contesta por escrito a los clientes que llenaron los comentarios.
- Y las demás funciones que le asignen su organización y aquellas que le fueren recomendadas por

<p>el equipo de gestión del centro y la comunidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Llevar un inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones del centro.</li> <li>- Llevar en forma ordenada recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago.</li> <li>- Llevar un proceso contable, que le ayudará para el manejo económico del centro.</li> <li>- Presentar ante el equipo de gestión del centro informes mensuales sobre la actividad y movimiento financiero del centro.</li> <li>- Elaborar los estados financieros mensuales de la empresa.</li> <li>- Responder por los fondos de la empresa con su firma en los cheques.</li> <li>- Cumplir y hacer cumplir los reglamentos y más disposiciones referentes al manejo de recursos económicos emitidos por el centro.</li> <li>- Revisa y analiza los presupuestos de las actividades del centro.</li> <li>- Es responsable de vigilar el pago de los sueldos a los integrantes del equipo de gestión del centro.</li> <li>- Revisa la contabilidad, receipta toda la información necesaria sobre diarios de caja, conciliaciones bancarias, reportes mensuales.</li> <li>- Maneja transacciones de dinero en efectivo o cheques del centro.</li> <li>- Llena los formularios y declara el impuesto al SRI.</li> <li>- Chequea roles de pago de agua, luz, teléfono, suministros etc.</li> <li>- Tendrá bajo su custodia los dineros del centro.</li> <li>- Realizará los pagos de materia prima, personal, insumos y otras obligaciones que se presenten en el centro.</li> <li>- Se encarga de emitir facturas de los gastos del cliente</li> </ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## b) Guía interprete

**Cuadro N° 50.** Manual de funciones para el guía interprete en el centro.

<b>Perfil/experiencia</b>		
<b>Edad:</b> Mínimo 16 años	<b>Género:</b> Indistinto	<b>Experiencia:</b> In dispensable
<b>Formación académica:</b> Bachiller, guía profesional, Ingeniero en ecoturismo.	<b>Conocimientos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas de interpretación</li> <li>- Manejo de grupos</li> <li>- Primeros auxilios</li> <li>- Idioma tradicional y extranjero</li> <li>- Conocimiento ampliado de su propia cultura y de su comunidad</li> </ul>	<b>Habilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gusto por trabajar con grupos</li> <li>- Dinámico</li> <li>- Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva</li> <li>- Relaciones públicas con clientes</li> <li>- Capacidad de organización y dinámica de grupo</li> <li>- Actitud de servicio</li> </ul>
<b>Cargo</b>	<b>Guía intérprete del centro</b>	
<b>Funciones</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparar las condiciones más favorables para el desarrollo del recorrido.</li> <li>- Coordinar con el coordinador de alimentos y bebidas la alimentación de los visitantes a su cargo.</li> <li>- Conducir a los turistas a los puntos previamente establecidos para la visita.</li> <li>- Cuidar de la seguridad del turista.</li> </ul>		

- Velar por la protección y respeto de la población local, su patrimonio natural y cultural.
- El guía está prohibido de usar drogas y alcohol.
- El guía no debe implicarse en relaciones sentimentales o sexuales con los turistas durante el recorrido.
- El guía debe estar con predisposición para el trabajo.
- Se debe conversar siempre con los turistas, sobre plantas medicinales, flora, fauna etc.
- El guía debe tener todo lo necesario para la realización del tour como la comida y bebida.
- Siempre se ha de lavar las manos con jabón antes de tocar los alimentos.
- Nunca se debe votar basura.
- El guía nunca debe pedir regalos al turista.
- El guía nunca debe discutir con sus compañeros de trabajo, frente al turista.
- Durante las caminatas solo se deben usar los senderos establecidos y no deben apartarse de ellos.
- No se deberá hacer ruido durante la noche mientras los turistas se están preparando para dormir o mientras están durmiendo.
- No se deben decir malas palabras durante el desarrollo del servicios interpretativo
- Cuando los turistas lleguen al centro, deben invitarlos a una bebida si la hay, les explicarán sobre los servicios disponibles y preguntar por sus intereses y sus expectativas.
- El éxito del servicio depende de la primera y última impresión.
- El guía es el máximo responsable del viaje
- Los guías o ayudantes deben dormir independientemente de los turistas.

### c) Vendedor(a) artesanal

**Cuadro N° 51.** Manual de funciones para el vendedor(a) artesanal en el centro.

<b>Perfil/experiencia</b>		
<b>Edad:</b> Mínimo 20 años	<b>Género:</b> Indistinto	<b>Experiencia:</b> indispensable
<b>Formación académica:</b> primaria	<b>Conocimientos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer los principios andinos de convivencia para el sumak kawsay</li> <li>- Procesos y procedimientos de producción del textil tradicional de lana de oveja</li> <li>- Venta de productos textiles o similares</li> <li>- La razón de ser del centro</li> </ul>	<b>Habilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva</li> <li>- Relaciones públicas con clientes</li> <li>- Actitud de servicio</li> </ul>
<b>Cargo</b>	<b>Vendedor artesanal</b>	
<b>Funciones</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Llevar el registro y actualizar constantemente la lista de productos, productores y precios de productos artesanales de la tienda.</li> <li>- Llevar el registro diario de ventas de productos.</li> <li>- Mantener limpia la zona ocupada para la exposición y venta artesanal</li> <li>- Transmitir la información necesaria de forma amable, clara y oportuna al cliente.</li> <li>- Ayuda a resaltar y hacer conocer la cultura local al momento de vender el producto.</li> </ul>		

#### d) Responsable de cocina

**Cuadro N° 52.** Manual de funciones para el /la responsable de cocina del centro.

<b>Perfil/experiencia</b>		
<b>Edad:</b> Mínimo 20 años	<b>Género:</b> Indistinto	<b>Experiencia:</b> indispensable
<b>Formación académica:</b> primaria	<b>Conocimientos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer los principios andinos de convivencia para el sumak kawsay</li> <li>- Preparación y manipulación de alimentos</li> <li>- Normas de sanidad</li> <li>- Atención al cliente</li> </ul>	<b>Habilidades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación oral clara, articulada y expresiva</li> <li>- Relaciones públicas con clientes</li> <li>- Actitud de servicio</li> </ul>
<b>Cargo</b>	<b>Responsables de la cocina</b>	
<b>Funciones</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Define y elabora las recetas estándar, tanto para alimentos como para bebidas.</li> <li>- Es responsable de la elaboración y actualización de menús y cartas.</li> <li>- Se encargará de comprar los ingredientes necesarios para la comida</li> <li>- Conoce de la elaboración de jugos, ciertos cocteles, frutas en almíbar, galletas, helados, cremas, jarabes, refrescos, panes, pasteles, confites, postres y ensaladas en general.</li> <li>- Conoce de la elaboración de alimentos y bebidas para los visitantes que siguen dieta, son vegetarianos o tienen algún problema especial en alimentación.</li> <li>- Elabora los refrigerios</li> <li>- Deberá tener lista la orden para que sea servida en el menor tiempo posible.</li> <li>- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas.</li> <li>- Mantendrá limpia la cocina.</li> <li>- Realizará inventarios de los materiales, equipo y utensilios que se utilizan en la cocina.</li> <li>- En coordinación con el equipo de gestión del centro, fija los precios de venta de alimentos y bebidas.</li> <li>- Debe realizar un sistema de compra por etapas, procurando comprar en mayor cantidad los productos que puedan durar más y en menor cantidad aquellos que sean difíciles de conservar.</li> <li>- Se encargará de que todos los alimentos estén en buen estado aplicando métodos de conservación adecuados.</li> <li>- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los clientes como de algún compañero de trabajo.</li> </ul>		

#### d. Manual de procedimientos para la prestación de servicios interpretativos en el centro

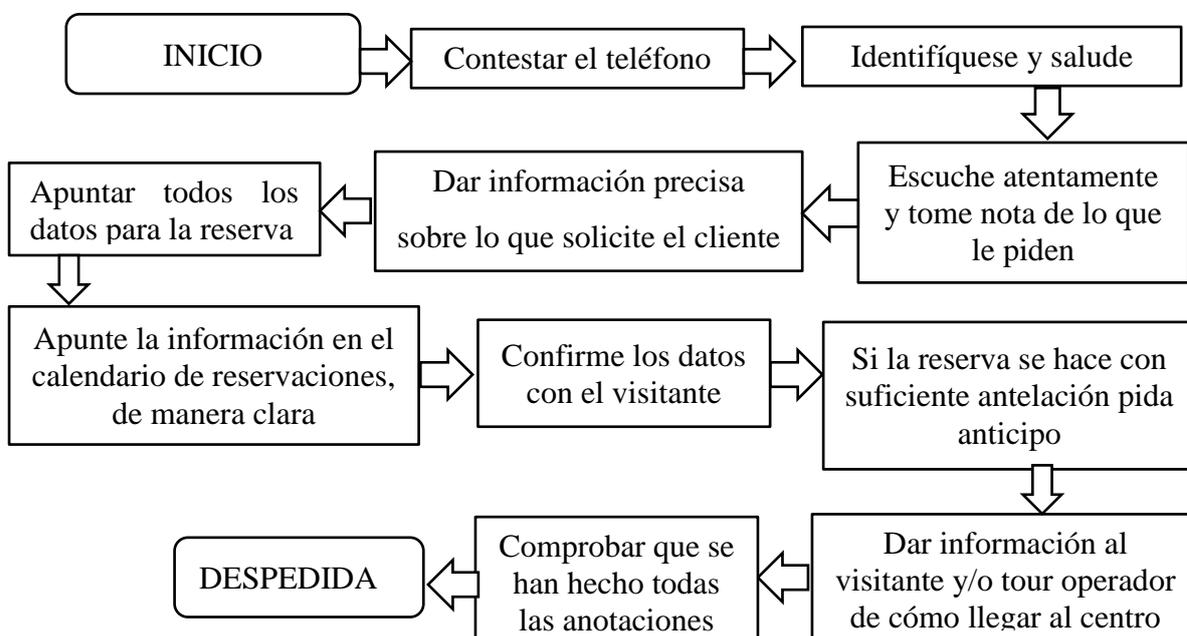
En este manual se explican los pasos necesarios para el correcto funcionamiento y operación. Este manual estará a disponibilidad para todo el personal que labore en el centro.

Con el ánimo de brindar un servicio eficiente, eficaz y oportuna a los visitantes, se desarrollarán los procesos operativos y de soporte en función de las directrices que establecen los procesos estructurales del centro.

## 1) Procedimientos

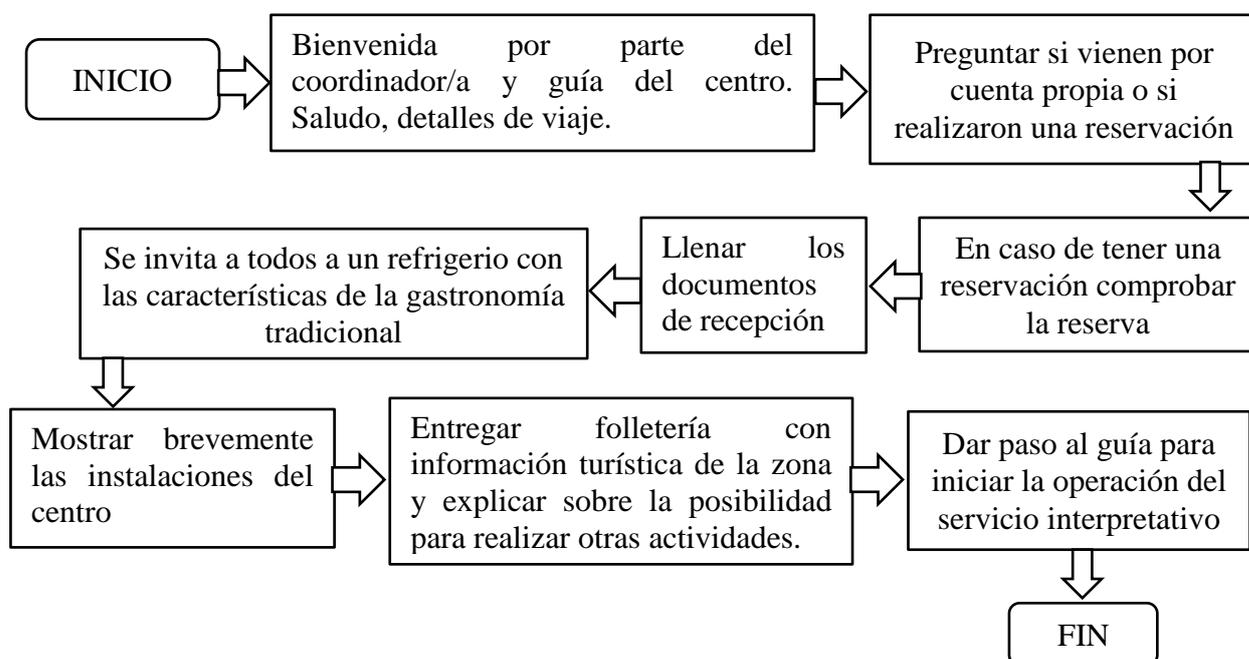
### a) Propuesta del procedimiento para realizar una reservación

- Contestar el teléfono. Identifíquese y salude
- Escuche atentamente y tome nota de lo que le piden
- Dar información precisa sobre lo que solicite el cliente
- Apuntar todos los datos para la reserva como días de llegada y salida, nombre y número de personas, adultos, niños; hora de llegada, tipo comidas y bebidas que prefieren, tipo de alojamiento que requieren (dirección y teléfono).
- Apunte la información en el calendario de reservaciones, de manera clara.
- Confirme los datos con el visitante.
- Si la reserva se hace con suficiente antelación pida que le envíe como anticipo de la reserva un 25% del precio total.
- Dar información al visitante y/o tour operador de cómo llegar al centro.
- Comprobar que se han hecho todas las anotaciones.
- Despedida



### b) Propuesta del procedimiento para la entrada de visitantes al centro

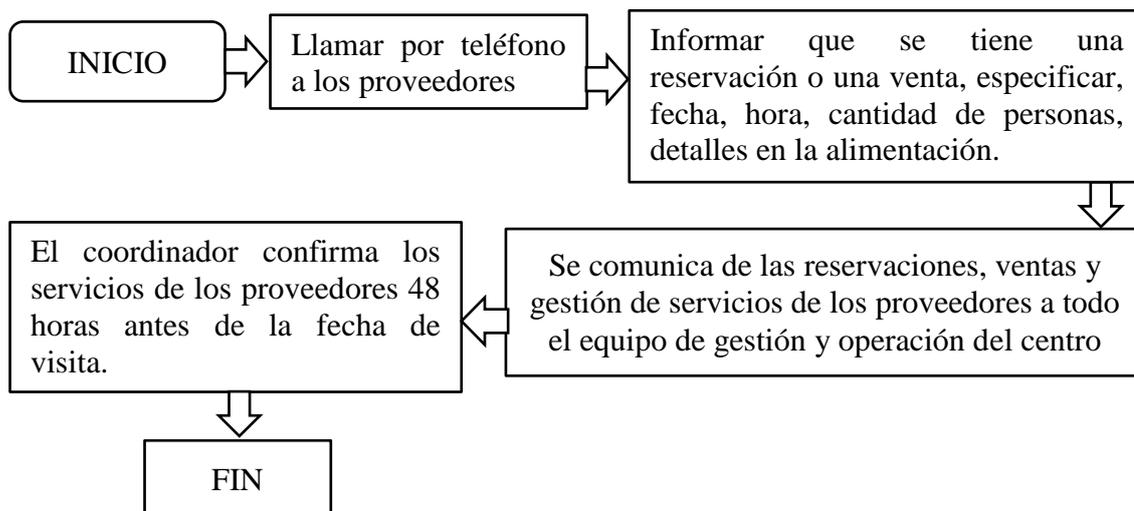
- Bienvenida por parte del coordinador/a y guía del centro. Saludo, detalles de viaje.
- Preguntar si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación
- En caso de tener una reservación comprobar la reserva.
- Llenar los documentos de recepción
- Se invita a todos a un refrigerio con las características de la gastronomía tradicional
- Mostrar brevemente las instalaciones del centro
- Entregar folletería con información turística de la zona y explicar sobre la posibilidad para realizar otras actividades.
- Dar paso al guía para iniciar la operación del servicio interpretativo.



### c) Propuesta de procedimiento para la contratación de proveedores

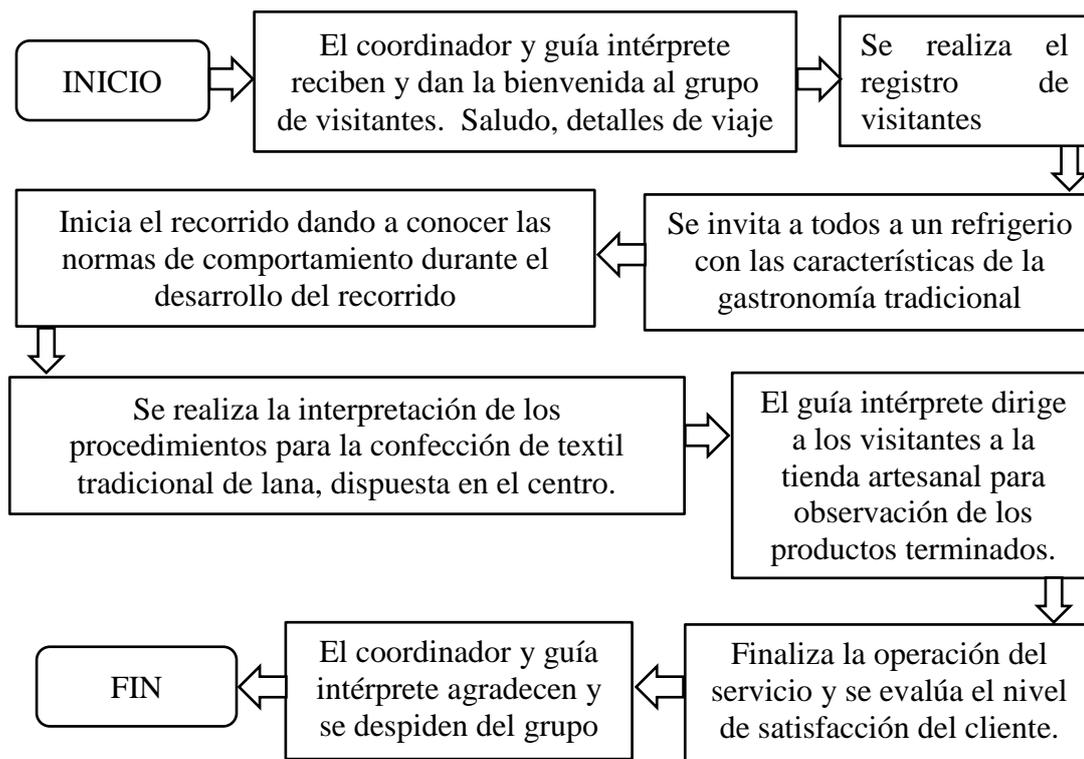
- Llamar por teléfono a los proveedores
- Informar que se tiene una reservación o una venta, especificar, fecha, hora, cantidad de personas, detalles en la alimentación.
- Se comunica de las reservaciones, ventas y gestión de servicios de los proveedores a todo el equipo de gestión y operación del centro.

- El coordinador confirma los servicios de los proveedores 48 horas antes de la fecha de visita.



#### d) Propuesta de procedimiento para brindar el servicio interpretativo en la “Jatun Tampu”

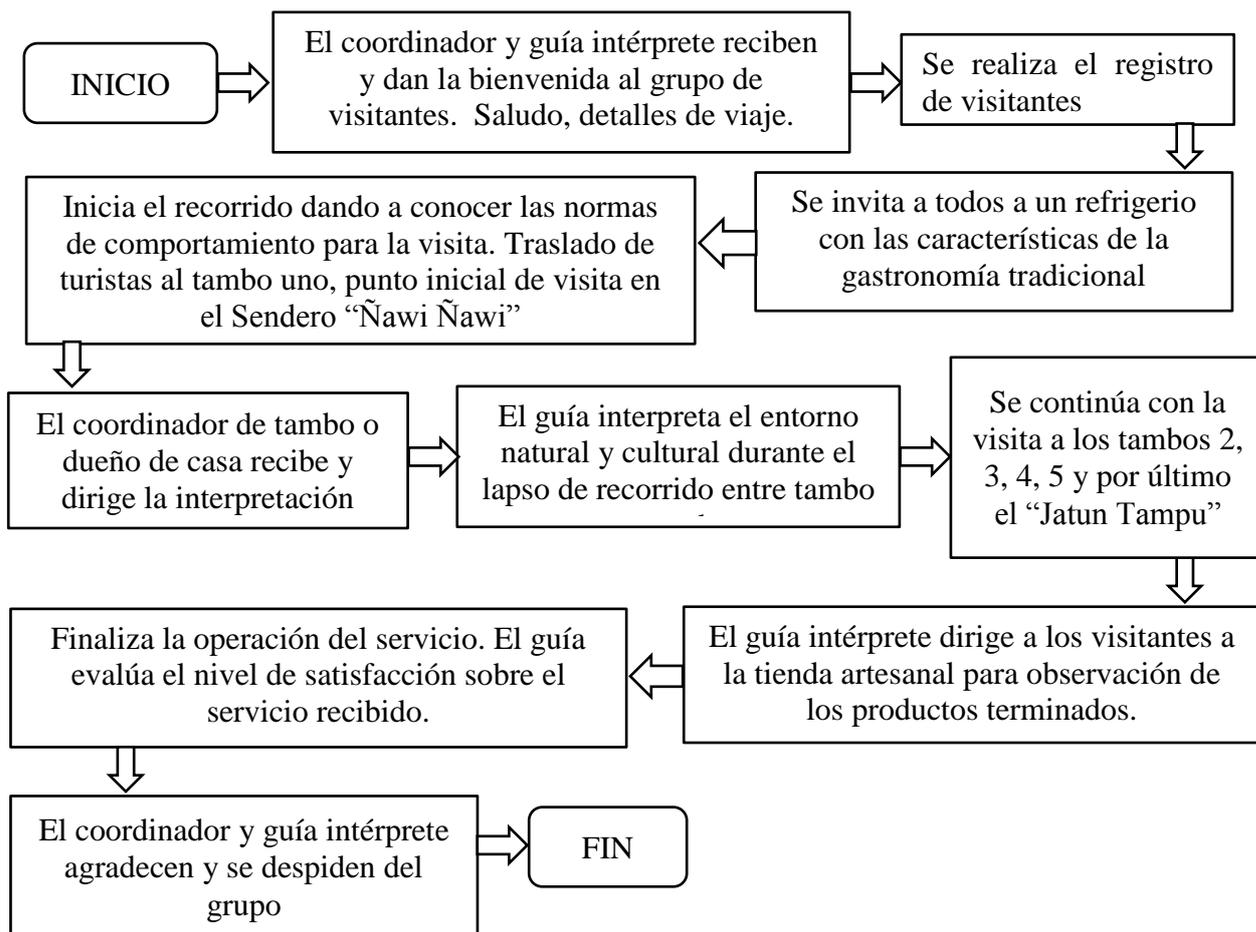
- El coordinador y guía intérprete reciben y dan la bienvenida al grupo de visitantes. Saludo, detalles de viaje. Se realiza el registro de visitantes
- Se invita a todos a un refrigerio con las características de la gastronomía tradicional
- Inicia el recorrido dando a conocer las normas de comportamiento durante el desarrollo del recorrido.
- Se realiza la interpretación de todos los procedimientos para la confección de textil tradicional de lana, dispuesta en el centro.
- El guía intérprete dirige a los visitantes a la tienda artesanal para observación de los productos terminados.
- Finaliza la operación del servicio. El guía evalúa el nivel de satisfacción sobre el servicio recibido. El coordinador y guía intérprete agradecen y se despiden del grupo.



**e) Propuesta de procedimiento para la recepción y desarrollo de la visita interpretativa en el Sendero Textil “Ñawi Ñawi”**

- El coordinador y guía intérprete reciben y dan la bienvenida al grupo de visitantes. Saludo, detalles de viaje.
- Se realiza el registro de visitantes
- Se invita a todos a un refrigerio con las características de la gastronomía tradicional
- Inicia el recorrido dando a conocer las normas de comportamiento para la visita. Traslado de turistas al tampu uno, punto inicial de visita en el Sendero “Ñawi Ñawi”.
- El coordinador de tampu o dueño de casa recibe y dirige la interpretación.
- El guía interpreta el entorno natural y cultural durante el lapso de recorrido entre tampu y tampu.
- Se continúa con la visita a los tampu 2, 3, 4, 5 y por último el “Jatun Tampu”.
- El guía intérprete dirige a los visitantes a la tienda artesanal para observación de los productos terminados.
- Finaliza la operación del servicio. El guía evalúa el nivel de satisfacción sobre el servicio recibido.

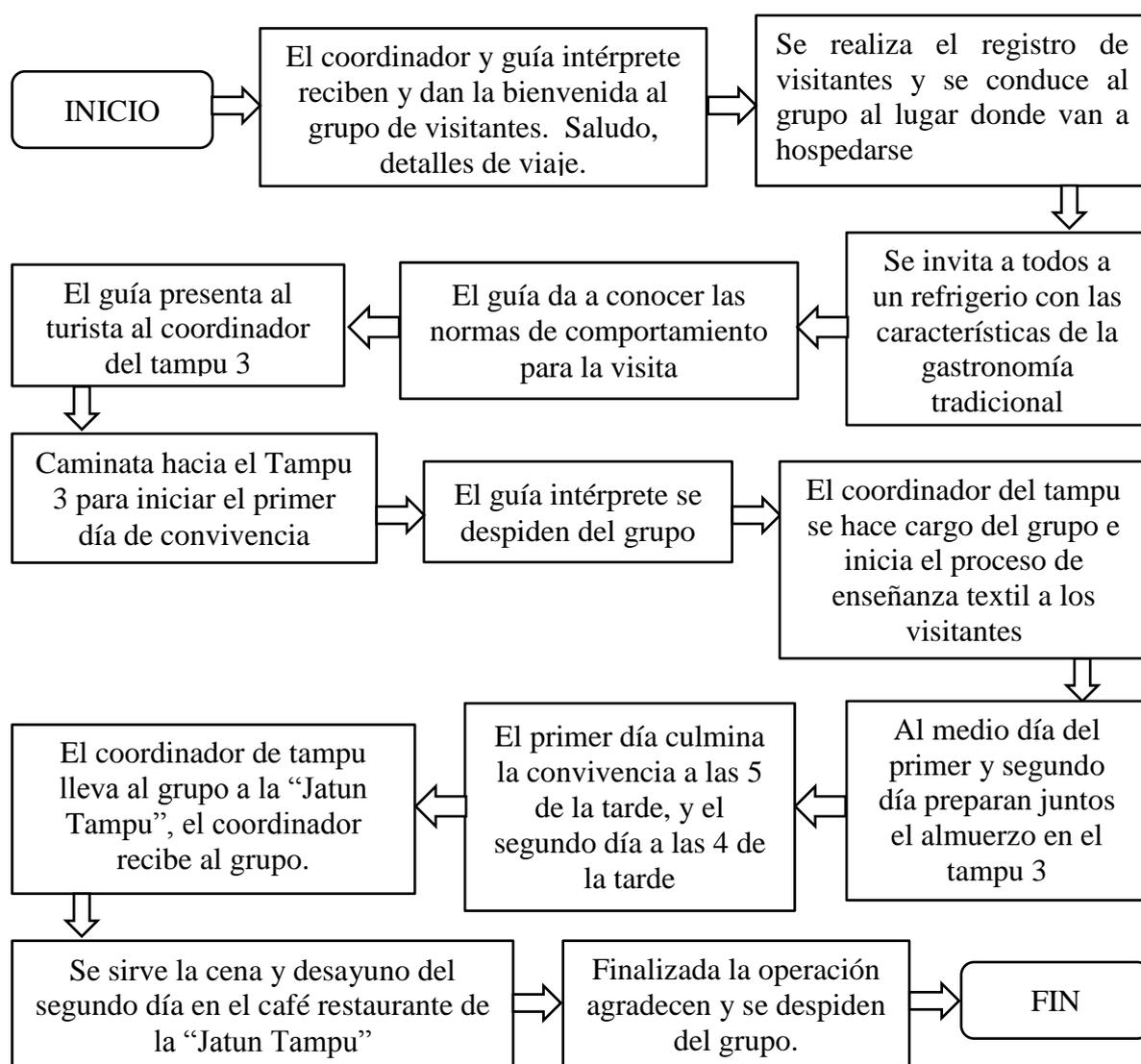
- El coordinador y guía intérprete agradecen y se despiden del grupo.



**f) Propuesta de procedimiento para brindar el servicio interpretativo denominado “Hilando y tejiendo fino”**

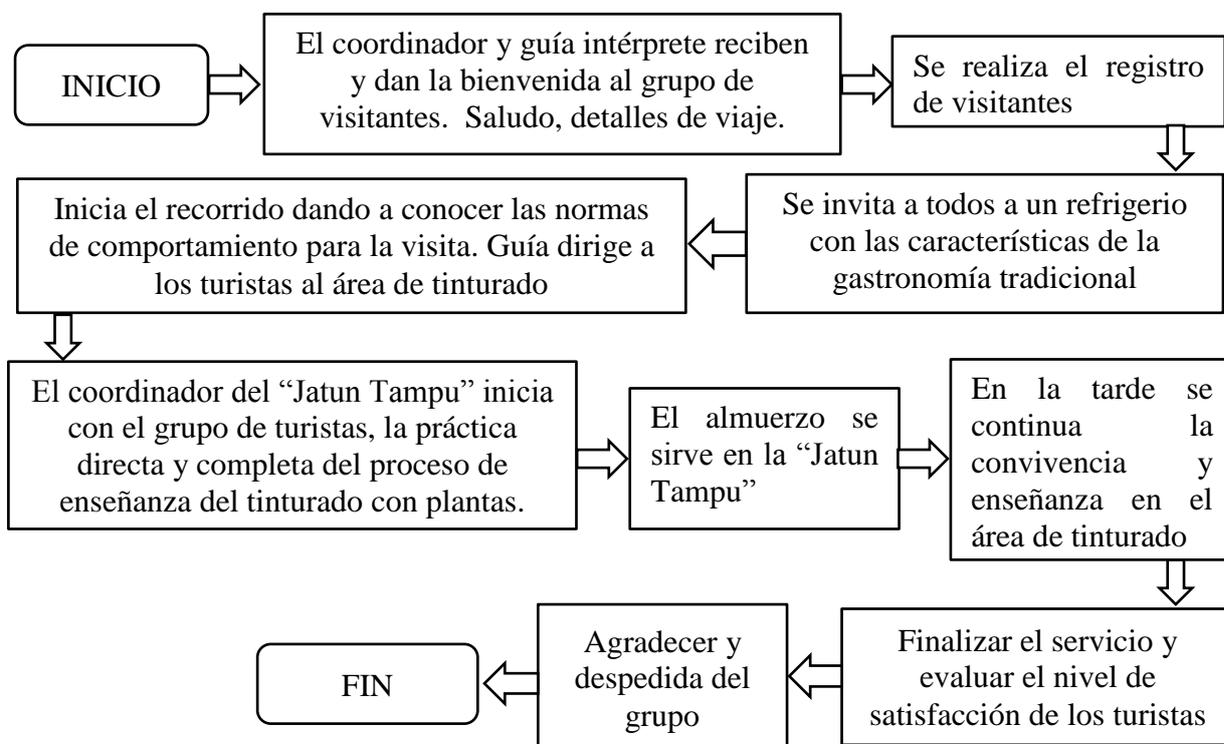
- El coordinador y guía intérprete reciben y dan la bienvenida al grupo de visitantes. Saludo, detalles de viaje.
- Se realiza el registro de visitantes y se conduce al grupo al lugar donde van a hospedarse
- Se invita a todos a un refrigerio con las características de la gastronomía tradicional
- El guía da a conocer las normas de comportamiento para la visita.
- El guía presenta al turista al coordinador del tambo 3.
- Caminata hacia el Tampu 3 para iniciar el primer día de convivencia.
- El guía intérprete se despiden del grupo.

- Coordinador del tambo se hace cargo del grupo e inicia el proceso de enseñanza textil a los visitantes.
- Al medio día del primer y segundo día preparan juntos el almuerzo en el tambo 3
- El primer día culmina la convivencia a las 5 de la tarde, y el segundo día a las 4 de la tarde.
- El coordinador de tambo lleva al grupo a la “Jatun Tampu”, el coordinador recibe al grupo.
- Se sirve la cena y desayuno del segundo día en el café restaurante de la “Jatun Tampu”
- Finalizada la operación del servicio de dos días. El coordinador general, coordinador del tambo y guía intérprete, agradecen y se despiden del grupo.



**g) Propuesta de procedimiento para brindar el servicio interpretativo denominado “Tinturado con plantas”**

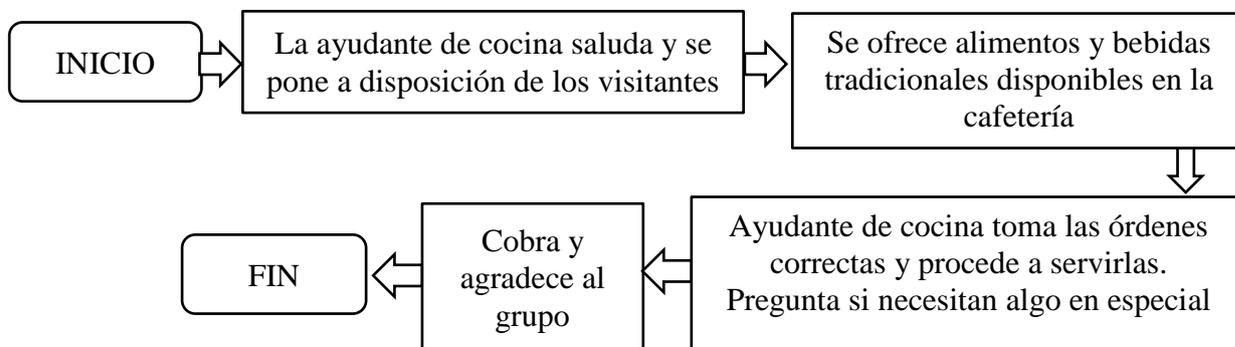
- El coordinador y guía intérprete reciben y dan la bienvenida al grupo de visitantes. Saludo, detalles de viaje.
- Se realiza el registro de visitantes.
- Se invita a todos a un refrigerio con las características de la gastronomía tradicional
- El guía da a conocer las normas de comportamiento para la visita.
- El guía intérprete dirige a los turistas al área de tinturado.
- El coordinador del “Jatun Tampu” inicia con el grupo de turistas la práctica directa y completa del proceso de enseñanza del tinturado con plantas.
- El almuerzo se sirve en la “Jatun Tampu”
- En la tarde se continua la convivencia y enseñanza en el área de tinturado
- Al finalizar el servicio, el guía evalúa el nivel de satisfacción a los turistas.
- El coordinador del tambo y guía intérprete agradecen y se despiden del grupo.



**h) Propuesta de procedimiento para la oferta del servicio del café restaurante**

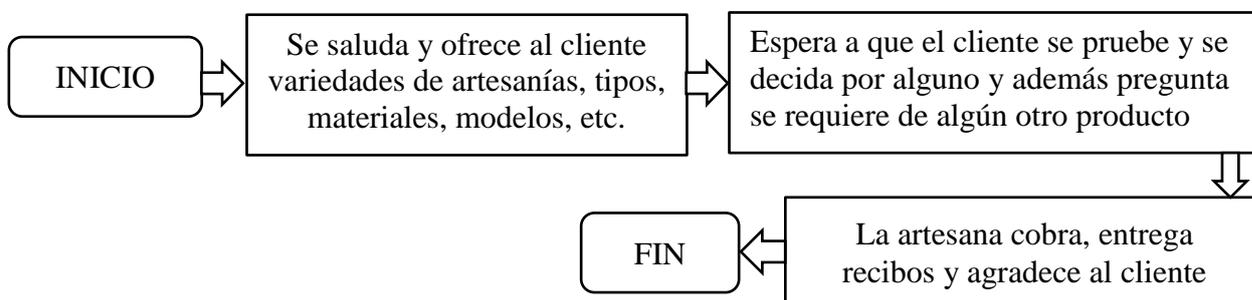
- El personal de cocina saluda y se pone a disposición de los visitantes

- Se ofrece alimentos y bebidas tradicionales disponibles en la cafetería
- Tomar las órdenes correctas y servir las
- Preguntar si requieren de algo en especial
- Cobrar y entregar recibos por los alimentos y bebidas consumidas
- Agradecer a los clientes por la compra



#### i) Propuesta de procedimientos para la oferta de artesanías

- Saludar y ponerse a la orden de los visitantes
- Se ofrece al cliente variedades de artesanías, tipos, materiales, modelos, etc.
- Esperar que el cliente se pruebe y esté conforme con su adquisición, de lo contrario ofrecer alternativas y además preguntar si requiere algún otro producto.
- Cobrar y entregar recibos por los productos adquiridos y agradecer



## **e. Reglamento interno para el centro**

### **1) Disposiciones generales**

En el presente reglamento se establecen las condiciones de cumplimiento general sobre condiciones de trabajo, relaciones humanas, medidas de orden técnico y sanciones disciplinarias para el personal y los visitantes. Éste documento será un instrumento por medio del cual el administrador o administradora de turno dirigirá el centro, manteniendo un equilibrio y armonía en el área de trabajo a nivel interno del establecimiento, para con los proveedores, la comunidad y la naturaleza que le rodea.

### **2) Objetivos y funciones**

#### **a) Objetivos**

- Revitalizar el patrimonio cultural textil, a través del reconocimiento de las raíces culturales, sabiendo de donde viene y a donde va, inculcando a las presentes generaciones la importancia de mantener la identidad.
- Poner en evidencia la singularidad de los procesos, procedimientos e instrumentos utilizados para confeccionar una prenda de lana de oveja, considerando, el escarmenado, hilado, teñido, tejido y terminado de las diferentes prendas de vestir.
- Fortalecer los conocimientos y prácticas tradicionales en general, además de los textiles para dar paso al turismo en la zona.
- Aliar nuestra cultura al turismo para ampliar la cobertura de una sociedad saludable y consciente de lo que dice, hace y viste.
- Dar utilidad a los saberes y prácticas tradicionales textiles para promover a través del turismo una filosofía de vida.
- Invitar al turista en primer lugar al segmento nacional a reconocer y sentir la sabiduría presente en las raíces culturales del pueblo Saraguro presente en la provincia de Loja del Ecuador.

- Provocar el desplazamiento voluntario del turista extranjero, atraído por la singularidad del espacio y producto que promueve el centro.

## **b) Funciones**

Las funciones del centro serán:

- Brindar a los pobladores locales espacios para la participación, capacitación y expresión de la creatividad de la gente interesada en dedicar parte de su tiempo a la producción de textil tradicional de lana de oveja, como una actividad alternativa y complementaria para la economía familiar.
- Cuidar la economía familiar, aprovechando de mejor manera la disponibilidad de lana de oveja para destinarlo a la confección de textil, priorizando el autoabastecimiento familiar y posterior venta en alianza con el centro.
- Mostrar y lograr el reconocimiento del esfuerzo y ardua labor de las personas que se dedican a la producción textil, para que sus productos tengan un valor justo.
- Realzar la importancia de la producción y autoabastecimiento textil tradicional de lana de oveja en las familias de la localidad.
- Brindar atención y calidez a los turistas nacionales y extranjeros que con el ánimo de conocer y entender la cultura Saraguro desde una mirada hacia la labor textil visitan el centro.

## **3) Misión y visión**

### **a) Misión**

Concienciar, revitalizar y compartir a través del turismo los saberes y prácticas tradicionales relacionadas a la producción textil, necesaria y aplicable para este nuevo tiempo, con el cual la comunidad entera pueda beneficiarse a nivel social, cultural, económico y ambiental.

## **b) Visión**

Una comunidad culturalmente fortalecida, disfrutando y beneficiándose de lo propio, que haya logrado llamar la atención de foráneos, considerando al turismo como una estrategia de difusión de una filosofía de vida más justa, digna y consciente.

## **4) Principios**

### **a) Solidaridad y reciprocidad – dar para recibir**

Todo lo existente en la naturaleza, está siempre presto para dar; las plantas dan sus hojas, flores y frutos como alimento para muchos seres vivos. Los animales como las plantas con su presencia ayudan a regenerar y limpiar la tierra. En este caso el centro como nuevo miembro o actor parte de la comunidad amplía la cobertura de beneficios a su comunidad, alimentando el espíritu humano y mejorando el espacio donde se desenvuelve su vida y el de su familia.

La operación de los servicios debe impulsar el respeto hacia la cultura y las poblaciones locales. Únicamente la coordinación y trabajo conjunto generará un ambiente propicio para la satisfacción del visitante y de los pobladores de la comunidad.

### **b) Paridad o complementariedad**

Todo existe en pareja, tiene dos polos. En el kay pacha o tierra, tanto en la flora como en la fauna existe la dualidad; este mismo principio de complementariedad Kari - Warmi, será aplicada en todos los momentos y espacios de dirección, gestión y operación dentro del centro.

El centro y la comunidad deben aliarse para emprender acciones que fortalezcan la revitalización y protección del patrimonio histórico-cultural.

### **c) La integralidad**

Nada está suelto dentro de la naturaleza. Todo se conecta y se manifiestan los impactos positivos o negativos generados en cualquier otro punto de ese todo. Por lo tanto si queremos resultados positivos debemos de actuar acorde a esta frecuencia energética.

Dentro de este contexto, si el centro genera y mantiene una buena relación con su entorno natural y social, inevitablemente todos se beneficiarán de la implementación del proyecto.

## **5) Valores**

### **a) Allí yachay - aprender bien de la vida**

Ser humilde para aprender y entender la esencia de todos y del todo

### **b) Allí yachachiy – enseñar con sabiduría**

Ser paciente para enseñar lo aprendido

### **c) Allí munay – Ama y disfruta de cada momento de la vida**

Ser generoso en paciencia, voluntad y conciencia para amar a todo y a todos

### **d) Allí llankay – Trabajar de sol a sol**

Laborar voluntaria y responsablemente en lo que nos corresponda, respetando y valorando el tiempo y espacio que nos es dado. Ser constante.

### **e) Allí yuyay – generar pensamientos positivos**

Pensar bien, tener y mantener el dominio de la mente, ser optimista para que sus efectos sean visibles en cada uno y sean reflejados en otros espacios y seres.

### **f) Allí rimay – usar el don del verbo con conciencia**

Cuidar el verbo, decir la verdad, construir y levantar a quien lo necesita a través de lo que expresa con su boca. Saber decir sí o no. Poner en valor el poder del verbo, sustentándolo en la experiencia para que el mensaje que se transmita llegue al corazón de la gente.

## **Capítulo I**

### **De los trabajadores**

#### **Art. 1 Derechos de los trabajadores**

- Recibir una remuneración justa por la labor realizada
- Opinar y contribuir a la evolución equilibrada de la gestión administrativa y operativa del centro
- Participar en la toma de decisiones para la readecuación del centro en caso de ser necesaria
- Ser capacitado e incentivado constantemente para mejorar su desenvolvimiento personal y grupal en el campo de trabajo.

#### **Art. 2 Obligaciones de los trabajadores**

- Cumplir oportuna y eficientemente con las funciones y responsabilidades establecidas en el manual de funciones acorde a su cargo.
- Acatar el reglamento interno del centro y los horarios de trabajo establecidos
- Asistir a reuniones de trabajo, talleres de capacitación organizados por la administración
- Prepararse constantemente para desenvolverse mejor en su campo de trabajo
- Generar ideas y propuestas para mejorar la gestión y operación del personal en el centro.
- Se debe ser tolerante a religiones, cultura, sexualidad, política, etc.
- Deben de conocer la realidad sociocultural y turística de la zona para brindar un buen servicio e información al visitante.
- Debe cuidar su apariencia personal, ser amable y cortés, escuchar al visitante y estar siempre dispuesto a brindar un servicio rápido y eficiente.
- Cuando se hable con un visitante se lo llamará por su nombre, ofreciéndole una sonrisa, mirándolo a los ojos, con un trato correcto y amistoso, evitando mascar chicle, fumar o comer.

- El personal que va a estar en contacto con los visitantes deberá tener las siguientes características:

**Comportamiento:**

- Actuar con prontitud
- Escuchar cuidadosamente al visitante
- Ser atento
- Actuar con comprensión
- Dar explicaciones detalladas
- Evitar formas poco comunes de hablar
- Mostrar capacidad para el trabajo
- Trato individual y personalizado

**Actitud:**

- Cortés
- Amigable
- Educado
- Amable
- Atento
- Preocupado
- Responsable

**Imagen:**

- Cuidado general
- Ropas
- Zapatos
- Cabello
- Limpieza personal

**Puntos claves del proceso de atención al visitante:**

- Sonrisa
- Contacto visual con el visitante
- Utilizar el nombre del visitante
- Prestar atención, estar atento
- Utilizar el mismo lenguaje: tono, gestos, velocidad del visitante
- Ser positivo
- Demostrar respeto
- Identificarse con el centro
- Evitar eludir o traspasar responsabilidades
- Conocer el servicio que prestamos
- Cuidar el aspecto y la imagen de la persona
- Cuidar de la imagen del centro
- Actuar en forma natural
- Demostrar seguridad y conocimiento

**Art. 3 Sanciones de los trabajadores**

- Un trabajador será sancionado por atrasos injustificados con un valor de \$2.00
- Un trabajador será sancionado por inasistencias injustificadas con \$5.00
- Un trabajador podrá ser despedido por incumplimiento de contrato
- Un trabajo será amonestado por maltrato a sus compañeros de trabajo y al turista, la primera vez de forma verbal y si es reincidente se le cancelará el contrato de inmediato
- Cancelar el contrato si no es capaz de desarrollar sus funciones

**Capítulo II****De las normas de conducta****Art. 4 Normas de conducta entre el personal**

- El personal deberá fomentar la solidaridad y trabajo en equipo

- El personal debe mantener conductas decentes con sus compañeros y que no incomoden a los turistas.
- El personal de planta deberá abstenerse de utilizar aquellas áreas destinadas a los visitantes.
- El personal tendrá que estar debidamente vestido durante todo el tiempo de su trabajo
- El personal debe cumplir con un control de limpieza del centro
- El personal será responsable del cuidado de los bienes perteneciente al área en la que trabaje y del Centro en general
- El personal deberá mantener un trato cordial y de calidez para con el visitante, los proveedores locales y sus compañeros.
- Los trabajadores/as del Centro Interpretativo, según su distinto grado de responsabilidad, velarán por el correcto orden y presentación de las salas, adoptando las medidas necesarias que garanticen el buen desarrollo de las visitas, anteponiendo las garantías de conservación de los elementos o cualquier otra consideración.
- El personal no puede comer en áreas no destinadas para dicho propósito.
- El personal no podrá ingerir bebidas alcohólicas o fumar en el centro.
- El personal no puede movilizarse corriendo dentro del área de uso público.
- El personal no puede tener tratos preferenciales con ningún turista, compañero de trabajo o proveedor(a).
- No está permitido comunicarse algo en base a gritos por más urgente que sea este.

#### **Art. 5 Normas de conducta del guía intérprete**

- No puede usar drogas y alcohol que perturben el desarrollo de su trabajo
- Debe proporcionar información clara, concisa y verdadera a los turistas y sus colaboradores
- Debe velar por el confort, la salud y la seguridad del turista
- Debe ser puntual con los turistas
- Debe presentarse con ánimo y alegría frente a los visitantes
- Debe dar ejemplo con su actitud y trato antes sus compañeros de trabajo
- Debe tener cuidado con su vocabulario
- Debe recoger la basura encontrada durante el recorrido
- Debe ser cuidadoso si tiene la necesidad de solicitar algo, no tiene que gritar.

- No debe dejar que el turista realice funciones propias suyas o del personal
- Debe dar el ejemplo con su buen trato a las plantas y animales que están ante su presencia
- Debe brindar un buen trato a todos por igual, sin preferencias especiales

#### **Art. 6 Normas de conducta del visitante**

- Respetar el patrimonio natural y cultural de la localidad
- No arrojar basura en el sitio visitado
- Mantener el respeto hacia los pobladores de la comunidad
- Prohibido el ingreso de armas blancas y de fuego
- Seguir las recomendaciones del guía durante el recorrido del centro.
- Si van con niños tener total cuidado con ellos, para que no se causen daños dentro de la infraestructura u equipamiento.
- Comer o beber dentro de las áreas destinadas para esta actividad dentro del centro.
- Las fotografías serán tomadas previa una solicitud de permiso o acuerdo entre los implicados
- Cualquier actividad adicional que guste hacer debe comunicar al guía nativo para que acompañe su desarrollo

### **Capítulo III**

#### **Políticas de operación**

#### **Art. 7 Para el manejo de reservaciones**

- Las reservaciones del servicio se harán personalmente, vía teléfono o por medio de la página web.
- Las reservaciones las realiza el coordinador general
- Existe un tiempo máximo de 7 días de anticipación para la realización de las reservaciones; 3 días antes de la misma, se hará una llamada de reconfirmación y el pago del 50% de precio total del itinerario reservado.

- Se he dispuesto un tiempo mínimo de 5 días de anticipo para la realización de las reservaciones; 48 horas antes de la misma, se hará una llamada de reconfirmación y el pago del 50% de precio total del itinerario reservado.
- El grupo mínimo de personas para la realización de una reservación es de 12 personas, si existen menos, el precio por persona se dividirá del total de 12 que es el número mínimo, con el fin de cubrir los costos de operación del mismo.

#### **Art. 8 Para pagos y depósitos**

- El 50% del pago anticipado para la reservación de producto se puede hacer en efectivo o deposito.
- El depósito se lo realizará únicamente en la cuenta bancaria del centro.
- El pago a los proveedores y personal que labora se hará el primer día de cada mes.
- El pago a los guías, contratados por día, se hará luego de terminada la jornada.

#### **Art. 9 Para cancelaciones, devoluciones y compensaciones**

- Si el cliente desea cancelar su reservación 2 días antes de la fecha límite de pago, se reembolsara todo el dinero.
- Si el cliente cancela su reservación en el tiempo límite de pago, se hará la devolución del 35% de su pago, por gastos administrativos y de operación.
- Si no se realizan todas las actividades propuestas en el itinerario por condiciones climáticas, de tiempo o imprevistos que se presentan al momento de la operación, se propondrá la realización de otras que las reemplacen.
- Si uno de los paquetes se cancela por parte de la fundación se realizará la devolución total del pago.

#### **Art. 10 Para el manejo de información personal del pasajero**

- La persona encargada de realizar las reservaciones es la única que tiene acceso a la información del cliente.
- Se pedirá únicamente información relacionada con: nombres, apellidos, procedencia, nivel educativo, dirección correo electrónico, especificaciones especiales (comida, actividades y estado de salud).

- El encargado de reservaciones presentará la información únicamente necesaria a los guías de turismo contratados.
- La presentación de datos generales de los visitantes, se lo hará en forma global con fines estadísticos.

### **Normativas de operación**

#### **Art. 11 Para los guías nativos**

- Los guías destinados para el desarrollo de los recorridos serán de preferencia personas vinculadas con el trabajo del centro, para lo cual se planificará el itinerario de reservaciones con el coordinador general del centro.
- Los guías están en la obligación de planificar las actividades específicas propuestas para cada grupo de visitantes junto con el administrador guía de turismo.
- Los guías deben llegar con dos horas de anticipación al desarrollo de los recorridos para preparar y supervisar que las actividades o recursos a ofertar se encuentren listos y en buen estado.
- El guía es el encargado de informar a los visitantes acerca de las actividades a realizar en el recorrido y las normas de conducta durante el desarrollo del recorrido.
- Al final de la visita el guía realiza una evaluación de desarrollo del paquete con los visitantes y entrega información al administrador.

#### **Art. 12 Para los turistas**

- Respetar y cuidar los recursos existentes en las instalaciones del centro.
- Se prohíbe intervenir de manera destructiva sobre la flora que se encuentran en los senderos.
- Hacer uso responsable de los materiales que forman parte de las actividades durante el recorrido.
- Se prohíbe caminar por las áreas que no forman parte de los senderos.
- Cada visitante debe participar de las actividades en conjunto con el guía asignado.
- Está prohibido gritar, usar aparatos musicales o algún tipo de instrumento sonoro durante el desarrollo del recorrido.

- Los desechos inorgánicos generados durante el recorrido o la visita deberán ser recolectados por el grupo, en un recipiente otorgado por el guía para que se lo lleven de regreso.

### **Art. 13 Condiciones generales para la visita**

- El personal que atiende a los visitantes deberá tener algún distintivo para el desarrollo de cualquiera de los dos recorridos. Debe además cuidar su apariencia personal, ser amable, cortés y servicial, escuchar al visitante.
- El personal en general debe ser tolerante a religiones, razas, sexualidad, política, etc.
- El personal encargado del desarrollo de los recorridos debe brindar un buen servicio, con información clara, veraz y oportuna para los visitantes.
- Las actividades incluidas en los recorridos deben ser variadas y prácticas con el objeto de fomentar una actitud respetuosa e integradora entre culturas.
- Prestar servicios en forma responsable, puntual, con buena predisposición.
- Brindar un servicio rápido y eficiente
- Procurar la satisfacción de los visitantes
- Garantizar que los espacios y recursos a utilizarse para el desarrollo de los recorridos estén siempre en buen estado, listos para mostrar a los visitantes.

### **De la gestión operativa**

**Art. 14** Para la gestión operativa del centro se pueden crear áreas que sean de carácter definitivo, las cuales deberán estar a cargo de una persona que recibe una remuneración por los servicios prestados

### **Art. 15 Área de interpretación**

Estará a cargo del administrador y guía de turismo, cuyas funciones son las siguientes:

- Verificar que la infraestructura, equipos, medios y enseres estén en buenas condiciones y cumplan con los parámetros de calidad.
- Conducir a grupos de turistas dentro del centro.
- Constatar que los medios interpretativos estén listos antes de iniciar la guía de los grupos visitantes.

- Anticipar a la artesana para que esté preparada para la exhibición.

#### **Art. 16 Área de alimentos y bebidas**

Estará a cargo del responsable de la cocina, cuyas funciones son las siguientes:

- Realizar pagos a terceros una vez aprobados por el administrador.
- Verificar que la infraestructura, equipos, accesorios, utensilios de cocina y enseres estén en buenas condiciones y cumplan con los parámetros de sanidad, de no ser así procurar el mantenimiento o cambio de los mismos.
- Ser responsables de la provisión necesaria de alimentos y bebidas para la venta.

#### **Art. 17 Área de tienda artesanal**

Estará a cargo de las artesanas y el administrador - guía de turismo, cuyas funciones son las siguientes:

- Recaudar los ingresos de dinero por las artesanías expendidas.
- Verificar que exista variedad de artesanías y en buenas condiciones. Caso contrario solicitar al administrador que surta la mercadería y procurar su mantenimiento.
- Llevar un inventario de las artesanías (productor y tipo de producto entregado).
- Será responsable del mantenimiento y limpieza en general de su espacio ocupado en el centro.

### **Capítulo IV**

#### **Coordinación del centro con la comunidad**

#### **Investigación, experimentación, aplicación y capacitación**

El coordinador en conjunto con el artesano o artesana del centro, estará liderando los procesos de planificación y operación de los talleres, conferencias, encuentros de intercambio dentro del área textil, vestimenta, idioma y cuidado de la naturaleza.

**Art. 18 Área textil**

- Generar espacios de capacitación en temas de crianza y cuidado de ganado ovino para producción de fibra de calidad.
- Incentivar al fortalecimiento del proceso de hilado en especial a niñas y mujeres jóvenes
- Generar espacios gratuitos de capacitación en temas de tinturado con plantas a personas interesadas de la localidad.
- Promover espacios de capacitación en tejidos de lana, con calluas y telar en los hogares de las personas que se dedican a este arte.
- Incentivar a la diversificación en la producción de prendas de vestir, a todas las personas interesadas

**Art. 19 Área de vestimenta**

- Incentivar y priorizar el uso de vestimenta de lana por parte de los moradores locales
- Generar espacios de exposición y venta de prendas de vestir de lana
- Ampliar la cobertura de beneficio e inclusión en este tipo de iniciativa a otras comunidades o grupos organizados.

**Art. 20 Área de idioma**

- Capacitar a los guías nativos para el fortalecimiento del idioma ancestral
- Los cursos de los temas textiles serán realizados en idioma tradicional, localmente denominado como Inga Shimi, y nacionalmente conocido como el idioma Kichwa.

**Art. 21 Área de cuidado y respeto a los elementos de la naturaleza**

- Promover encuentros vivenciales de concienciación del por qué y para qué cuidar la Pachamama.
- El centro contará con un programa de reciclaje de los desechos inorgánicos
- El centro aplica y promueve buenas prácticas tradicionales de vida para la sostenibilidad de la naturaleza y la cultura.
  - o Cuidado de los remanentes de bosque nativo

- Implementación de tecnologías limpias como: cocina ahorradora de leña, baños secos, tratamiento de aguas grises con métodos naturales, entre otros.
- La actividad interpretativa del centro incluyen la interpretación de la naturaleza
- Aprovechar los momentos festivos y de encuentro de los pobladores para realizar actividades en beneficio de la Pachamama, en área agrícola, ambiental y de la salud humana.

#### **Art. 22 Área agrícola**

- Promover la investigación, experimentación y entendimiento de la naturaleza para mejorar el desenvolvimiento humano en áreas como: agricultura, ganadería, salud humana, educación y espiritualidad consciente.
- Preparación de abonos orgánicos con residuos de alimentos y residuos de cocina
- Incentivo al cultivo de productos andinos.

#### **Art. 23 Área ambiental**

- Sembrío de plantas madereras, ornamentales y frutales en el contorno de caminos, cercas y linderos de los potreros en la comunidad.
- Experimentación para el mejoramiento de pastos con métodos y técnicas accesibles utilizando recursos propios.

#### **Art. 24 Área de salud humana**

- Talleres prácticos para la preparación, diversificación de menús y combinación de alimentos, utilizando productos locales.
- Talleres teóricos, prácticos, con el enfoque: “El alimento como medicina de prevención y curación de las enfermedades”.
- Encuentros para compartir y realizar kuyuri (ejercitar el cuerpo) para la prevención y sanación del cuerpo, dedicado para niños, jóvenes y adultos.
- Encuentros sociales para inculcar la recreación e integración de los actores de la comunidad.
- Promover incentivos y reconocimientos a las acciones realizadas en beneficio de la comunidad.

## **2. Viabilidad Legal**

Para la implementación legal del centro se hace referencia principal a dos cuerpos legales que nos permiten definir la existencia y la personería jurídica del mismo, ligado al carácter cultural, comunitario y a los principios de economía popular y solidaria.

### **a. Constitución de la República del Ecuador**

En el capítulo segundo sobre derechos del buen vivir, sección cuarta sobre cultura y ciencia se denota los siguientes artículos:

**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas

**Art. 25.-** Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales.

Además en el capítulo cuarto de los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades se da a conocer lo siguiente:

**Art. 57.-** Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

**1.** Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.

**12.** Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora. Se prohíbe toda forma de apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas.

**13.** Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.

**19.** Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen. También se hace referencia al Título VI referente al régimen de desarrollo, capítulo cuarto sobre la soberanía económica, en la sección primera sobre sistema económico y política económica, Art. 283 donde se menciona: “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 objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir”.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

#### **b. Ley de la Economía Popular y Solidaria**

En su capítulo primero sobre formas de organización de la economía popular y solidaria, se dan a conocer los siguientes artículos:

**Art.- 2.-** Son formas de organización de la economía popular y solidaria y, por tanto, se sujetan a la presente ley, las siguientes:

**b)** Las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o de servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el Sector Comunitario;

- c) Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como, microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el Sector Asociativo.

Según la Ley de la Economía Popular y Solidaria, estas formas de organización tienen las siguientes características y valores:

**Art.- 3.-** Las formas de organización de la economía popular y solidaria, se caracterizan por:

- a) La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia;
- b) Su compromiso con la comunidad, el desarrollo territorial y la naturaleza;
- c) La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros;
- d) La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
- e) La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad;
- f) La prevalencia del trabajo sobre el capital; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

**Art.- 4.-** Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético.

La existencia de estas formas de organización es de interés público por lo que según el artículo 5 se menciona lo siguiente:

**Art.- 5.-** Declárase de interés público y prioridad del Estado, la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, como mecanismo eficaz para construir el Sistema de Economía Social y Solidaria, aumentar y mejorar las fuentes de trabajo, contribuir al desarrollo económico, a la práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social.

Además, las formas de organización según la Ley de Economía Popular y Solidaria, se declara la autonomía dentro del marco que señala el artículo 6.

**Art.- 6.-** El Estado respeta la pluralidad de formas de organización de la economía popular y solidaria y garantiza su autonomía, independencia, libre desarrollo y ejercicio de cualquier actividad económica lícita, en el marco de la normativa que las regula.

### **c. Figura legal del centro interpretativo a implementarse**

Según lo mencionan los artículos de la constitución, este tipo de establecimiento está apoyado en los lineamientos culturales donde se menciona y protege los derechos de los pueblos originarios a cultivar y gozar de los beneficios y aplicaciones de los conocimientos y prácticas culturales para el progreso. Además de mantener, proteger, desarrollar y fortalecer libremente la cultura (impulsando el usos de la vestimenta, los símbolos y emblemas propios) que a la par contribuyan a la protección del patrimonio natural y cultural histórico.

De acuerdo a la Ley de Economía Popular y Solidaria en torno a las definiciones de formas de organización, las características y los valores, el centro se define como asociación de artesanos para la producción y comercialización de bienes y servicios.

## **E. VIABILIDAD SOCIO CULTURAL**

Al ser el proyecto una iniciativa que pretende ser implementada en el área rural comunitario, se considera de vital importancia la realización del presente estudio, que hace visible el nivel de impacto positivo o negativo del proyecto en los componentes cultural, social y ambiental en sus etapas de implementación, operación de los servicios interpretativos y la post – operación del mismo. Para ello se identificaron las actividades

por etapa que posteriormente se analizó adoptando la propuesta metodológica de Lago (2003).

### 1. Etapas de implementación del proyecto

Las actividades descritas en el cuadro N° 53, son las que posteriormente se analizarán en la matriz de evaluación.

**Cuadro N° 53.** Descripción de las actividades del proyecto que causarán impactos.

<b>ETAPA DE IMPLEMENTACIÓN</b>		
<b>Componente</b>	<b>Actividad / Sub actividad</b>	<b>Efecto</b>
<b>Adecuación de infraestructura</b>	Adecuación del Jatun Tampu: - Equipar el área de café restaurante - Adecuar el área de producción textil en telares - Adecuar el área de recepción - Adecuar el área de la tienda artesanal - Adecuar el área de producción textil artesanal en makana, hilado y tinturado. - Adecuar medios interpretativos en cada área	- Inserción y conservación de la arquitectura tradicional - Utilización de elementos culturales y naturales propios de la zona
	Adecuación del sendero “Ñawi Ñawi”: - Adecuar el sendero - Instalación de medios de identidad de los tampukuna - Adecuación de área interpretativa en los tampukuna - Adecuación de caminos de ingreso a los tampukuna	- Forestación de plantas tintóreas - Generación de oxígeno - Mejora las condiciones de vivienda
<b>Fortalecimiento de capacidades</b>	- Capacitación a guías interpretes - Capacitación en servicios interpretativos - Concienciación en temas de identidad cultural “Primero lo nuestro”	- Guías intérpretes actuando como puente intercultural
<b>Fortalecimiento organizacional</b>	- Socialización del proyecto - Alianzas, acuerdos y compromisos con actores de la comunidad	- Valoración del hilado manual de lana de oveja - Fomento de las técnicas de tejido - Desarrollo de técnicas de tinturado con plantas - Incentivo a la conservación y valoración de la arquitectura tradicional - Reinserción de conocimientos y prácticas tradicionales de convivencia (comunicación, organización y justicia)

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilización del calendario luni-solar andino</li> <li>- Producción agrícola orgánica</li> <li>- Priorización del cultivo de productos andinos</li> </ul>
<b>ETAPA DE OPERACIÓN</b>		
<b>Componente</b>	<b>Actividad / Sub actividad</b>	<b>Efecto</b>
<b>Prestación de servicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apertura del Centro Interpretativo Cultural Textil</li> <li>- Operación de servicio interpretativo en el “Jatun Tampu” y Sendero “Ñawi Ñawi”</li> <li>- Encuentro y convivencia de los turistas con los comuneros</li> <li>- Operación de servicios de alimentación</li> <li>- Operación de servicio de hospedaje</li> <li>- Implementación de buenas prácticas de interpretación del patrimonio y de turismo comunitario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso efectivo de la lana de oveja disponible</li> <li>- Perturbación por ruido</li> <li>- Emisión de gases contaminantes (CO<sub>2</sub>)</li> <li>- Compactación</li> <li>- Producción de vestimenta de lana para el autoabastecimiento</li> <li>- Preparación y venta de menús tradicionales, en base a productos agrícolas locales</li> <li>- Producción y comercialización de artesanías de lana</li> <li>- Generación de fuentes de empleo directo e indirecto</li> <li>- Fomento de la actividad turística en la zona</li> <li>- Conservación de especies de plantas tintóreas</li> <li>- Recolección de especies tintóreas</li> </ul>
<b>ETAPA POST OPERACIÓN</b>		
<b>Componente</b>	<b>Actividad / Sub actividad</b>	<b>Efecto</b>
<b>Ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generación de desechos orgánicos e inorgánicos</li> <li>- Generación de aguas grises</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de los desechos orgánicos como fertilizante y comida de animales.</li> <li>- Reciclaje de desechos inorgánicos</li> <li>- Mayor demanda de consumo de agua</li> <li>- Tratamiento de aguas grises</li> </ul>
<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redistribución de beneficios generados a la comunidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo a mejorar la calidad de vida de los pobladores</li> </ul>
<b>Cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incentivo a la constancia de la puesta en práctica de los conocimientos y saberes ancestrales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revalorización del idioma “Inga Shimi”</li> <li>- Utilización de tradiciones y expresiones orales en el proceso interpretativo</li> <li>- Uso de vestimenta de lana de oveja</li> <li>- Generación de espacios para el fortalecimiento y cohesión social y cultural</li> </ul>

**2. Evaluación de los impactos socioculturales y ambientales potenciales al implementarse el centro**

**Cuadro N° 54.** Matriz de evaluación de los impactos socioculturales y ambientales potenciales al implementarse el centro.

Componentes culturales sociales y ambientales		ACTIVIDADES															IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
		ETAPA DE IMPLEMENTACION					ETAPA DE OPERACIÓN					POST-OPERACION						1. Naturaleza	2. Magnitud – amplitud del efecto	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
		1. Adecuación del Jatun Tampu	2. Adecuación del sendero “Ñawi Ñawi”	Fortalecimiento de conocimientos y capacidades del personal	4. Socialización del proyecto	Alianzas, acuerdos y compromisos con los actores de la com.	6. Apertura del centro interpretativo cultural textil	7. Operación del servicio interpretativo en el “Jatun Tampu” y Sendero “Ñawi Ñawi”	8. Encuentro y convivencia de los turistas con los comuneros	9. Operación de servicios de alimentación	10. Operación de servicios de hospedaje	11. Implementación de buenas prácticas de interpretación del patrimonio, y de turismo comunitario	12. Generación de desechos orgánicos e inorgánicos	13. Generación de aguas grises	14. Redistribución de beneficios generados a la comunidad	15. Incentivo a la constancia de la puesta en práctica de los conocimientos y saberes ancestrales											
Cultural	Oralidad				X	X		X	X						X	Revalorización del idioma “Inga Shimi”	+	2	3	D	Ac	2	3	M	S	11	
							X									Utilización de tradiciones y expresiones orales en el proceso interpretativo	+	1	2	C	Sc	1	3	C	S	6	
	Prácticas comunitarias			X		X			X					X	X	Reinserción de conocimientos y prácticas tradicionales de convivencia (comunicación, organización y justicia)	+	2	3	C	Sc	1	3	M	S	10	
	Uso de la vestimenta			X				X	X						X	Uso de vestimenta de lana de oveja	+	3	3	D	Pr	1	3	M	S	13	
	Agro diversidad						X								X	Utilización del calendario luni-solar andino	+	3	3	C	Ac	1	3	M	N	13	
						X								X	Producción agrícola orgánica	+	3	3	C	Pr	1	3	C	N	13		
						X								X	Priorización del cultivo de productos andinos	+	3	2	C	Pr	1	3	C	N	10		



Cuadro N° 55. Ponderación de datos de la matriz Lázaro Lago.

COMPONENTES	ACCIONES DEL PROYECTO															TOTAL	TOTAL	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	(+)	(-)	
<b>CULTURAL</b>																		
A				11	11		17	11							11	61		61
B			10		10			10						10	10	50		50
C			13				13	13							13	52		52
D					36										36	72		72
E									6							6		6
F					42	42	42	42							42	210		210
G	13	13													13	39		39
<b>SOCIAL</b>																		
A						7	7								7	21		21
B					23	37	47		10	10	14				13	154		154
<b>AMBIENTAL</b>																		
A		6					-10									6	10	16
B							-7					22				22	7	29
C									-7	-7			7			7	14	21
D		15			7		-6						7			29	6	35
<b>TOTAL (+)</b>	<b>13</b>	<b>34</b>	<b>23</b>	<b>11</b>	<b>129</b>	<b>86</b>	<b>126</b>	<b>76</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>145</b>	<b>1458</b>		
<b>TOTAL (-)</b>							<b>23</b>		<b>7</b>	<b>7</b>							<b>74</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>34</b>	<b>23</b>	<b>11</b>	<b>129</b>	<b>86</b>	<b>149</b>	<b>76</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>145</b>			<b>1523</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

### 3. Interpretación de los resultados

Según los datos obtenidos, la implementación del centro producirá mayor cantidad de impactos positivos a nivel cultural y social, los mismos que suman un total de 1.458 correspondiente al 95,7% en relación a los impactos negativos que suman 74 correspondiente al 4.3% los mismos que se generan en el componente ambiental; estos resultados permiten concluir que el proyecto puede contribuir positivamente a la revitalización cultural, economía local y la cohesión social, siempre y cuando se tomen medidas oportunas para reducir los impactos ambientales.

### 4. Medidas de mitigación

Conocidos los elementos de impacto negativo con la implementación del proyecto en la comunidad de Pichig, de manera especial aquellos que afectan al componente ambiental como aire, suelo, agua y flora, se proponen las siguientes medidas de mitigación para disminuir los impactos a generarse y aumentar el nivel de beneficios tanto para la naturaleza y el entorno socio cultural y en el campo económico familiar.

**Cuadro N° 56.** Medidas de mitigación a impactos negativos en el ambiente.

<b>Componentes</b>	<b>Problema</b>	<b>Solución</b>
<b>Aire</b>	Perturbación por ruido	Planificar y realizar la operación de los servicios de manera ordenada y con las indicaciones oportunas para prevenir mayores impactos provocados por el ruido.
	Emisión de gases contaminantes	Impulsar el uso de transporte alternativo para disminuir la emisión de gases contaminantes.
<b>Suelo</b>	Compactación	Manejar un número aceptable de turistas en relación a la capacidad de carga del área, para retardar el proceso de compactación.
	Generación de desechos inorgánicos	Promover el reciclaje para construcción de muros de cerramiento y otras construcciones alternativas.
<b>Agua</b>	Mayor demanda de agua	Contribuir en la comunidad en migas de forestación y elaboración de normativas para conservar las fuentes de agua existentes, con el fin de conservar el caudal. Implementación de receptores y depuradores de agua de lluvia para uso y consumo humano.

<b>Componentes</b>	<b>Problema</b>	<b>Solución</b>
	Tratamiento de aguas grises	Implementar un sistema natural con plantas y algas para depuración de aguas grises provenientes de duchas y cocina, siendo re-direccionadas para riego.
<b>Flora</b>	Recolección de especies tintóreas	Implementar área de plantas tintóreas en la “Jatun Tampu”, para de ello hacer cosechas de plantas para demostraciones interpretativas y teñido de prendas para la comercialización.

## **F. VIABILIDAD ECONÓMICA Y EVALUACIÓN FINANCIERA**

El presente estudio económico permite cuantificar las inversiones y gastos necesarios a nivel técnico y administrativo legal, para determinar la conveniencia o no de implementar el centro, para ello la proyección de datos es calculada para 5 años.

### **1. Estudio económico**

#### **a. Determinación de inversiones y gastos por áreas del centro**

Para la determinación de inversiones y gastos de cada una de las áreas del centro, se analizaron los requerimientos para desarrollar, vender y promocionar los servicios interpretativos.

##### **a) Inversiones en área de coordinación y recepción**

Esta área contará con una oficina donde se encuentre el coordinador general del centro, donde también tomará la función de recepcionista para el registro de visitantes, brindar información turística, distribuir material turístico promocional, todos estos ambientes dispondrán de mobiliario necesario y estarán decoradas con elementos que forman parte de la identidad propia de la cultura.

**Cuadro N° 57.** Activos fijos del área de coordinación y recepción.

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Equipos de oficina</b>			
Teléfono inalámbrico	1	80.00	80.00
Calculadora/sumadora	2	25	50.00
Grapadora	2	5.00	10.00
Perforadora	2	6.00	12.00
<b>Equipos de computación</b>			
Computadora de escritorio HP	1	700.00	700.00
Impresora	1	240.00	240.00
<b>Muebles y enseres</b>			
Estante	1	180.00	180.00
Escritorio	1	180.00	180.00
Silla	2	40.00	80.00
Decoraciones	1	60.00	60.00
Juego de muebles	1	500.00	500.00
Cortinas	2	30.00	60.00
<b>TOTAL</b>			<b>2130.00</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 58.** Activos diferidos del área de coordinación y recepción.

<b>Activos diferidos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
<b>Gastos promoción y publicidad</b>			
Página web	1	1200.00	1200.00
Multimedia	1	250.00	250.00
Revista	500	2.50	1250.00
Tarjetas de presentación	1000	0.08	80.00
Spots publicitarios en radio	48	7.00	336.00
<b>Subtotal de publicidad y promoción</b>			<b>3116.00</b>
<b>Pagos de patentes y licencias</b>			
Patente municipal	1	80	80
Licencia anual de funcionamiento	1	80	80
Constitución de estatuto	1	300	300
Permiso bomberos	1	20	20
<b>Sub total de patentes y licencias</b>			<b>480</b>
<b>Gastos servicios básicos</b>			
Agua	960m3	4	48
Luz eléctrica	1140Kwh	12	144

Activos diferidos	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Internet	3MG	40	480
Teléfono	1800 M	20	240
<b>Subtotal servicios básicos</b>			<b>912</b>
<b>Gastos insumos</b>			
Útiles de limpieza	Global	137	137
Útiles de oficina	Global	200	200
<b>Subtotal insumos</b>			<b>337</b>
<b>Gastos mantenimiento a equipos</b>			
Mantenimiento de computador	12	15	180
Recarga de toner	2	40	80
<b>Subtotal mantenimiento</b>			<b>260</b>
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>			<b>5105.00</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

#### b) Área de café restaurante

El área de restaurante estará totalmente adecuada para brindar el servicio de alimentación por contrato de alimentos preparados. Esta área contará con una hornilla para leña de tres quemadores, Horno de leña, mesón, estante para bajilla y mesas y sillas necesarias.

**Cuadro N° 59.** Listado de inversiones de activos fijos para el área de restauración.

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Total
Mesas redondas	2	80.00	160.00
Mesas cuadradas	6	80.00	480.00
Menaje	10	15.00	150.00
Juego de ollas de barro	2	120.00	240.00
Vajilla	3	60.00	180.00
Sillas	30	40.00	1200.00
Estante	1	200.00	200.00
Hornilla	1	250.00	250.00
Horno	1	400.00	400.00
Mesón	1	80.00	80.00
<b>TOTAL</b>			<b>3340.00</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

**c) Área de tienda artesanal**

Esta área estará totalmente equipada con estantes y mostradores para la venta de artesanías producida en la comunidad y por parte del centro “Jatun Tampu”, en sus áreas de producción textil en makana y telar.

**Cuadro N° 60.** Listado de inversiones en activos fijos para la tienda artesanal.

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Estante para productos terminados	6	60.00	360.00
Estante tipo saya	2	12.00	24.00
Muyuchi (mostrador)	3	15.00	45.00
Escritorio	1	120.00	120.00
Silla	2	40.00	80.00
<b>TOTAL</b>			<b>629.00</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 61.** Listado de inversión en artesanías a comercializarse en la tienda artesanal.

<b>PRODUCTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>			<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
	<b>MES</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>AÑO</b>		
Bufandas	10	60	120	4	480
Bolsos pequeños	12	72	144	4	576
Bolsos medianos	12	72	144	6	864
bolsos grandes	12	72	144	8	1152
Alforjas medianas	1	6	12	20	240
Alforjas grandes		3	6	25	150
Cobijas	3	18	36	50	1800
Pantalones para hombre		2	4	80	320
Gorros	6	36	72	3	216
Boinas	4	24	48	4	192
Chompas	1	4	8	30	240
Chalecos	1	6	12	20	240
Anacos			1	300	300
Ponchos		1	1	700	700
Bayetas	2	12	24	30	720
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>388</b>	<b>776</b>		<b>8190</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

**b. Determinación de inversiones y gastos del área técnica del servicio interpretativo**

Los medios interpretativos serán implementados por áreas, dentro de las cuales encontramos al área de producción textil en telar, área de producción textil en makana, área de hilado, área de tinturado.

**Cuadro N° 62.** Listado de inversiones del área de producción textil en telar.

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Telar de fajas	1	150.00	150.00
Telar para cobijas	1	400.00	400.00
Telar para bayetas	1	400.00	400.00
Urdidor	1	80.00	80.00
Madejador	1	50.00	50.00
Saya	4	5.00	20.00
Mesa	1	120.00	120.00
Sillas mutuku	8	5.00	40.00
<b>TOTAL</b>			<b>1260.00</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 63.** Listado de inversiones del área de producción textil en makana.

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Juego de instrumentos para urdido	1	88.00	88.00
Juego de instrumentos para tejido	2	82.50	165.00
<b>TOTAL</b>			<b>253.00</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 64.** Listado de inversiones del área de tinturado.

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Hornilla de leña	1	200.00	200.00
Ollas de barro de 15lt	6	20.00	120.00
Muyuchi -mostrador de madejas tinturadas	1	15.00	15.00
Aventador	1	1.00	1.00
Bancos	35	5.00	175.00
Estante para plantas tintóreas	1	95.00	95.00
<b>TOTAL</b>			<b>606.00</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 65.** Listado de inversiones del área de hilado.

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Palos de guango	3	3.00	9.00
Usos de chonta	3	3.00	9.00
Torteros de mármol	3	5.00	15.00
Hilo chillo para armar guango	1	4.00	4.00
<b>TOTAL</b>			<b>37.00</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 66.** Listado de inversión en medios interpretativos complementarios.

<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Letrero de bienvenida	1	92.00	92.00
Exhibición de pared: Sendero Textil	1	35.00	35.00
Exhibición fotográfica	12	64.16	769.92
Mural de constelaciones	1	225.00	225.00
Murales de bienvenida en tampus	5	27.20	136.00
<b>TOTAL</b>			<b>1257.92</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 67.** Gastos en facilidades turísticas y sistemas de buenas prácticas.

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Largo (m)</b>	<b>Ancho (m)</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio total</b>
<b>Facilidades turísticas</b>					
Construcción de mesón de adobe para cocina	1	2.50	0.60	m2	100.00
Construcción de soleras	2	3.00	3.00	m2	500.00
<b>Sistema de buenas prácticas</b>					
Construcción de letrinas	2	2.00	1.00	m2	100.00
Construcción de horno ahorrador de leña	1	1.25	1.50	m2	500.00
Construcción de hornilla ahorradora de leña	2	1.50	1.50	m2	400.00
<b>TOTAL</b>					<b>1600.00</b>

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

c. Determinación de inversiones y gastos del área administrativa y legal

**Cuadro N° 68.** Gastos de personal de planta del centro.

Detalle	Can Tida d	Sueld o total	A. Per. (9.35%)	A. Pat. (12.15%)	XIV sueld o	XIII sueld o	F. Reserv a	Vaca Cione s	Mensua l	Annual
Coordinador - recepcionista	1	400	37	49	18	33	33	17	453	5435
Guía interprete	1	364	34	44	18	30	30	15	414	4965
Vendedor o vendedora en tienda artesanal	1	300	28	36	18	25	25	13	344	4131
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>1064</b>	<b>99</b>	<b>129</b>	<b>55</b>	<b>89</b>	<b>89</b>	<b>44</b>	<b>1211</b>	<b>14531</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 69.** Gastos de mano de obra indirecta.

Detalle	Cantidad	Sueldo total	A. Per. (9.35%)	A. Pat. (12.15%)	XIV sueldo	XIII sueldo	F. Reserva	Vacaciones	Mensual	Annual
Tejedores	2	350	33	43	18	29	29	15	399	4783
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>350</b>	<b>33</b>	<b>43</b>	<b>18</b>	<b>29</b>	<b>29</b>	<b>15</b>	<b>399</b>	<b>4783</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 70.** Gastos de materia prima para elaboración de artesanías de recuerdo para visitantes.

Productos	Cantidad de materia prima en kg			Costo mensual materia prima	Costo anual materia prima
	Mes	Semestre	Año		
Lana	20	120	240	40	480
Hilo	20	120	240	200	2400
<b>TOTAL</b>				<b>240</b>	<b>2880</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

**Cuadro N° 71.** Gastos en proveedores de servicios complementarios.

Detalle	Cantidad			costo mensual	costo anual
	Mes	Semestre	Año		
Alimentación	362	2172	4343	724	8687
Productos artesanales para tienda	64	388	776	683	8190
Transporte	15	90	180	30	360
<b>TOTAL</b>				<b>1436</b>	<b>17237</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

#### d. Inversiones del proyecto

**Cuadro N° 72.** Inversiones del proyecto.

Rubros	Inversiones realizadas	Inversiones a realizar	Total inversiones
<b>Inversiones fijas</b>			
Terreno	10,000		
Infraestructura y facilidades	15,000	1,600	
Muebles y enseres		4,299	
Equipos de oficina		152	
Equipos de computación		940	
Otros Equipos		1,140	
Medios interpretativos	1,260	1,916	
Materiales para talleres en las instalaciones		183	
<b>Subtotal Activos Fijos</b>	<b>26,260</b>	<b>10,230</b>	<b>36,490</b>
<b>b) Activos diferidos</b>			
Capacitaciones para el personal de servicios		2,160	
Gastos de constitución y organización		480	
Instalaciones servicios auxiliares		912	
Gastos de promoción y publicidad		3,116	
Gastos de mantenimiento a equipos		260	
Útiles de oficina		200	
Insumos de limpieza		137	
Gastos en proveedores		17,237	
<b>Subtotal Activo Diferido</b>		<b>24,502</b>	<b>24,502</b>
<b>c) Capital de trabajo</b>			
Materia Prima		2,880	
Mano de obra directa		14,531	
Mano de obra indirecta		4,783	
Caja y bancos		1,000	
Caja chica		200	
<b>Subtotal Capital de Trabajo</b>		<b>23,393</b>	<b>23,393</b>
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>		<b>58,125</b>	<b>84,385</b>

**Fuente:** Inversiones y gastos del área de coordinación y recepción, área de tienda artesanal, área de café restaurante y área técnica del servicio interpretativo.

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

## e. Fuentes y usos del proyecto

Cuadro N° 73. Fuentes y usos del proyecto.

Rubros	Uso de fondos	Fuentes de financiamiento	
		Recursos propios	Mintur
<b>Inversiones fijas</b>			
Terreno			
Infraestructura y facilidades	1,600	1,600	
Muebles y enseres	4,299	4,299	
Equipos de oficina	152	152	
Equipos de computación	940	940	
Otros Equipos	1,140	1,140	
Medios interpretativos	1,916	1,916	
Materiales para talleres en las instalaciones	183	183	
<b>Subtotal Activos Fijos</b>	<b>10,230</b>	<b>10,230</b>	<b>-</b>
<b>b) Activos diferidos</b>			
Capacitaciones para el personal de servicios	2,160		2,160
Gastos de constitución y organización	480	480	
Instalaciones servicios auxiliares (agua, luz, teléfono, internet)	912	912	
Gastos de promoción y publicidad	3,116	2,866	250
Gastos de mantenimiento a equipos	260	260	
Utiles de oficina	200	200	
Insumos de limpieza	137	137	
Gastos en proveedores (Alimentación, transporte, artesanos )	17,237	17,237	
<b>Subtotal Activo Diferido</b>	<b>24,502</b>	<b>22,092</b>	<b>2,410</b>
<b>c) Capital de trabajo</b>			
Materia Prima	2,880	2,880	
Mano de obra directa	14,531	14,531	
Mano de obra indirecta	4,783	4,783	
Caja y bancos	1,000	1,000	
Caja chica	200	200	
<b>Subtotal Capital de Trabajo</b>	<b>23,393</b>	<b>23,393</b>	<b>-</b>
<b>Total de inversión (Fijos+Diferidos+C.Trabajo)</b>	<b>58,125</b>	<b>55,715</b>	<b>2,410</b>

Fuente: Inversiones del proyecto

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

### f. Depreciación de activos fijos

**Cuadro N° 74.** Depreciación de activos fijos.

Descripción	Valor del bien	Depreciación anual	Valor depreciación	Duración del proyecto	% Depreciación	Años
Construcciones y edificaciones	16600	830	4150	5	25	20
Muebles y enseres	4299	430	2150	5	50	10
Equipos de oficina	152	15	76	5	50	10
Equipo computación	940	313	940	5	100	3
Otros equipos	1140	114	570	5	50	10
Materiales para talleres en las instalaciones	183	18	92	5	50	10
<b>Total Depreciación Activos Fijos</b>			<b>7977</b>			

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

### g. Amortización de los activos diferidos

**Cuadro N° 75.** Amortización de los activos diferidos.

Activo diferido	VALOR	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Capacitaciones para el personal de servicios	2160						
Gastos de constitución y organización	480						
Gastos de promoción y publicidad	3116						
Instalaciones servicios auxiliares (agua, luz, teléfono, internet)	912						
Gastos de mantenimiento a equipos	260						
Útiles de oficina	200						
Insumos de limpieza	137						
Gastos en proveedores (Alimentación, transporte, artesanos )	17237						
<b>TOTAL</b>	<b>24502</b>	<b>4900</b>	<b>4900</b>	<b>4900</b>	<b>4900</b>	<b>4900</b>	<b>4900</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

### h. Estructura de costos para la vida útil del proyecto

**Cuadro N° 76.** Estructura de costos para la vida útil del proyecto.

Descripción	Años				
	1	2	3	4	5
<b>Costos de producción</b>					
Materiales (Medios interpretativos)	3,176	3,178	3,179	3,181	3,182
Mano de obra directa	14,531	14,538	14,545	14,552	14,560
Mano de obra indirecta	4,783	4,785	4,787	4,790	4,792
Depreciaciones	7,977	7,977	7,977	7,977	7,977
Materiales de limpieza y oficina	337	337	337	338	338
Materia prima	2,880	2,881	2,883	2,884	2,886
<b>Total costos de producción</b>	<b>33,683</b>	<b>33,696</b>	<b>33,709</b>	<b>33,722</b>	<b>33,735</b>
<b>Costos de administración</b>					
Servicios básicos	960	960	961	961	962
Gastos de constitución	480	480	480	480	480
Mantenimiento de equipos	260	260	260	260	261
<b>Total costos de administración</b>	<b>1,700</b>	<b>1,701</b>	<b>1,701</b>	<b>1,702</b>	<b>1,702</b>
<b>Costos de ventas</b>					
Promoción y publicidad	3,116	3,118	3,119	3,121	3,122
<b>Total costos de ventas</b>	<b>3,116</b>	<b>3,118</b>	<b>3,119</b>	<b>3,121</b>	<b>3,122</b>
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>38,499</b>	<b>38,514</b>	<b>38,529</b>	<b>38,544</b>	<b>38,559</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

### i. Desglose de costos de los servicios interpretativos a ofertarse en el centro

**Cuadro N° 77.** Desglose de costos de los servicios interpretativos a ofertarse en el centro.

Servicios interpretativos	Demanda Objetivo 65%	Porcentaje	Consumo aparente	Precio por servicio	Total ingresos anuales
		100	4,343	R. 4 a 6 pax	55,738
"Jatun Tampu"	4,343	30	1,302.99	6.66	8678
"Sendero textil Ñawi Ñawi"		56	2,432.25	9.75	23714
"Hilando y tejiendo fino"		7	293.17	61.10	17913
"Tinturado con plantas"		7	293.17	18.53	5432
<b>TOTAL INGRESO</b>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	<b>62,984</b>	<b>80,424</b>	<b>90,879</b>	<b>102,693</b>	<b>116,043</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

Los servicios interpretativos a comercializarse por parte del centro son 4, los mismos que se encuentran distribuidos en porcentajes de acuerdo a los intereses de la audiencia turística. Los precios de venta al público, se han calculado en relación al rango 4 a 6 debido a que la audiencia turística nacional y extranjera que visita la provincia de Loja acostumbra a viajar en familia.

**Cuadro N° 78.** Desglose de ingresos totales.

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Total de ingresos \$ (anual)	62,984	80,424	90,879	102,693	116,043
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>62,984</b>	<b>80,424</b>	<b>90,879</b>	<b>102,693</b>	<b>116,043</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

**j. Estado de resultados****Cuadro N° 79.** Estado de resultados.

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>+ INGRESOS</b>	62,984	80,424	90,879	102,693	116,043
- Costos Producción	33,683	33,696	33,709	33,722	33,735
<b>= UTILIDAD MARGINAL</b>	<b>29,300</b>	<b>46,728</b>	<b>57,170</b>	<b>68,971</b>	<b>82,308</b>
- Costos Administración	1,700	1,701	1,701	1,702	1,702
- Costos de Ventas	3,116	3,118	3,119	3,121	3,122
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	<b>24,484</b>	<b>41,909</b>	<b>52,349</b>	<b>64,149</b>	<b>77,484</b>
- 23% Impuesto Renta	5,631	9,639	12,040	14,754	17,821
- 15% Trabajadores	3,673	6,286	7,852	9,622	11,623
<b>= UTILIDAD ANTES DE RESERVAS</b>	<b>15,180</b>	<b>25,984</b>	<b>32,457</b>	<b>39,772</b>	<b>48,040</b>
- 10% Reservas Capitalización	1,518	2,598	3,246	3,977	4,804
<b>= UTILIDAD NETA</b>	<b>13,662</b>	<b>23,385</b>	<b>29,211</b>	<b>35,795</b>	<b>43,236</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

**2. Estudio financiero**

Determinada la inversión necesaria para la implementación del centro y sus servicios interpretativos, es necesario analizar las siguientes variables para definir si la inversión es factible o no.

**a. Flujo de caja**

Para que un proyecto sea factible de ser implementado, el flujo de caja debe ser siempre positivo, lo que equivale a decir que los ingresos totales son mayores a los egresos totales.

**Cuadro N° 80.** Flujo de caja.

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
+ INGRESOS	62,984	80,424	90,879	102,693	116,043
- Costos Producción	33,683	33,696	33,709	33,722	33,735
= UTILIDAD MARGINAL	<b>29,300</b>	<b>46,728</b>	<b>57,170</b>	<b>68,971</b>	<b>82,308</b>
- Costos Administración	1,700	1,701	1,701	1,702	1,702
- Costos de Ventas	3,116	3,118	3,119	3,121	3,122
= UTILIDAD BRUTA	<b>24,484</b>	<b>41,909</b>	<b>52,349</b>	<b>64,149</b>	<b>77,484</b>
- 23% Impuesto Renta	5,631	9,639	12,040	14,754	17,821
- 15% Trabajadores	3,673	6,286	7,852	9,622	11,623
= UTILIDAD ANTES RESERVA	<b>15,180</b>	<b>25,984</b>	<b>32,457</b>	<b>39,772</b>	<b>48,040</b>
- 10 % Reservas capitalización	1,518	2,598	3,246	3,977	4,804
= UTILIDAD NETA	<b>13,662</b>	<b>23,385</b>	<b>29,211</b>	<b>35,795</b>	<b>43,236</b>
+ Depreciación.	7,977	7,977	7,977	7,977	7,977
+ Amortizaciones	4,900	4,900	4,900	4,900	4,900
= FLUJO NETO EFECTIVO	<b>26,540</b>	<b>36,263</b>	<b>42,088</b>	<b>48,672</b>	<b>56,113</b>

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

El flujo de caja para el centro durante los 5 años valores positivos, lo cual representa que existirá liquidez para cubrir todas las obligaciones adquiridas.

#### b. Cálculo del flujo de caja actualizado

**Cuadro N° 81.** Flujo de caja actualizado.

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Efectivo		26,540	36,263	42,088	48,672	56,113
12.00%	1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6
Beneficio neto actualizado		23,696	28,908	29,958	30,932	31,840

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Quizhpe, T. 2014.

#### c. Cálculo de costos actualizado

**Cuadro N° 82.** Valor de costo actualizado.

Descripción	Años					
	0	1	2	3	4	5
Costo Actualizado	-	38,499	38,514	38,529	38,544	38,559
12.00%	1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6
Valor Actualizado	-	34,374	30,703	27,424	24,496	21,880

Fuente: Estructura de costos para la vida útil del proyecto

**d. Cuadro resumen de indicadores económicos y financieros**

**Cuadro N° 83.** Cuadro resumen de indicadores económicos y financieros.

<b>INDICADOR</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>ANÁLISIS</b>
<b>Inversión</b>	\$ 84,384.91	
<b>VAN</b>	\$ 60,949.46	El VAN es positivo por tanto el proyecto es viable económicamente.
<b>TIR</b>	20%	El TIR está entre el rango de aceptabilidad para la inversión pública siendo económicamente rentable el 20%
<b>Costo-beneficio</b>	\$ 1.05	La relación costo beneficio da como resultado que por cada dólar invertido se va a recuperar 5 centavos de dólar
<b>Tiempo de recuperación</b>	3	El tiempo de recuperación del proyecto es de 3 años en relación a los 5 años de vida útil del mismo.

**Fuente:** Estudio económico financiero

**Elaborado por:** Quizhpe, T. 2014.

## **VI. CONCLUSIONES**

La implementación del centro interpretativo es viable con respecto a lo siguiente:

1. El proyecto es factible a nivel interpretativo ya que los pobladores dedican parte de su tiempo a la ganadería, entre los cuales se cría el ganado ovino (promedio de 5 ovejas por familia), del cual se obtiene lana para elaboración de la vestimenta tradicional para autoabastecimiento. Las personas mayores de la comunidad conocen sobre los procesos textiles, sin embargo los conocimientos y prácticas de producción textil tradicional dentro de la comunidad se concentra en 10 personas, hombres y mujeres que dominan los procesos y procedimientos de hilado, tinturado con plantas y anilina, tejido en makana y tejido en telar; además de que las mujeres de la comunidad saben de la confección de chompas, gorros, bufandas y más productos para uso personal y familiar.

La parroquia cuenta con un inventario de atractivos turísticos donde constan 4 sitios naturales y 11 manifestaciones culturales. Entre ellos se encuentran 5 (33.3%) de jerarquía II, de los cuales 3 de ellos son sitios arqueológicos; también se identificaron 5 (33.3%) de jerarquía I entre sitios naturales y manifestaciones culturales tangibles. Entre las manifestaciones culturales intangibles de tipo etnográfica, relacionada a la confección de la vestimenta, fue ya identificada en la comunidad de Pichig como uno de los atractivos de jerarquía II.

El inventario de los recursos con potencial interpretativo, indica la presencia de 6 rasgos vinculados a la producción textil, entre los cuales tenemos el hilado, tinturado con plantas y tejido de: poncho, bayeta, faja ñakcha y faja de la china.

El análisis del Índice de Potencial Interpretativo a nivel cualitativo indica que estos elementos interpretativos van a permitir al turista un nivel de participación medio del 59%, alto en un 32% y bajo el 9%. A nivel cuantitativo el IPI indica que 3 de los 6 elementos interpretativos identificados cuentan con un puntaje mayor al 71% y cuentan con las condiciones aceptables para su uso turístico interpretativo; mientras que los otros 3 elementos presentan bajo puntaje y necesitan previamente ser fortalecidos culturalmente.

El análisis de salvaguarda indica que el uso turístico inmediato de los elementos interpretativos identificados con excepción del proceso de hilado, sin un proceso de revitalización y fortalecimiento pone en riesgo la transmisión y existencia a largo plazo de los recursos interpretativos relacionados a la producción textil.

2. El proyecto es factible comercialmente por cuanto el estudio de mercado indica que la demanda turística nacional gusta de actividades relacionadas a la oferta de turismo comunitario, destacándose como actividades preferidas la visita a talleres de arte manual (29%) y degustación gastronómica (23%). Además la demanda turística extranjera también tiene preferencia por actividades relacionadas a la oferta de turismo comunitario, destacándose la visita a sitios arqueológicos (18%), visita a talleres de arte manual (16%) y degustación gastronómica (14%). Haciendo referencia a los dos segmentos, la demanda actual que tiene preferencia por servicios similares al que se pretenden ofertar suman un total de 41%.

Existe una oferta local en atractivos turísticos culturales y naturales, sin embargo la oferta en prestación de servicios turísticos es débil. Mientras que la oferta cantonal de Loja y Saraguro describe la existencia de 14 agencias operadoras (71%) y operadoras (29%), de lo cual el 71% de los paquetes que comercializan incluyen actividades culturales, de los cuales los paquetes más vendidos según destino son: Vilcabamba (67%) y Saraguro (22%); los cuales son vendidos de forma directa al cliente en un 83%. Los medios de comunicación utilizados para comercializar paquetes son los amigos y familiares (24%), redes sociales (21%) y sitio web (18%).

La Red de Turismo comunitario “Saraguro Rikuy” en sus paquetes vende servicios de visita a talleres de textil tanto en makana como en telar, sin embargo, aún no se realizan demostraciones interpretativas de todos los procesos y procedimientos de elaboración de textil. El total de demanda que atiende la Red con su oferta (2013), corresponde al 15% del total, por lo que se concluye que el 85% de turistas que visitan la provincia no están siendo atendidos; en base a estos resultados el centro pretende una demanda objetivo del 65%, que a pesar de ser alto, cuenta con las capacidades de acogida en espacio y servicios interpretativos.

3. El proyecto es viable técnicamente debido a que el análisis de audiencias afirma que el 92% de la audiencia turística nacional tienen interés de contar con un centro tipo ruta

(56%); el 29% opina que serviría para conocer la cultura Saraguro; el 26% para comprar artesanías de lana; el 26% para conocer el textil tradicional Saraguro; además, un 19% considera que se convertiría en una oportunidad para aprender a elaborar el textil. El tiempo que disponen para visitarlo es de una hora el 46% y más de una hora el 44%.

El 99% de la audiencia turística extranjera tienen interés de contar con un centro tipo ruta (56%), para conocer la cultura Saraguro el 36%, comprar artesanías de lana el 31%; conocer el textil tradicional Saraguro el 25% y oportunidad para aprender a elaborar el textil. Para visitarlo el 72% destinarían una hora.

El 96% de la audiencia comunitaria tienen interés de contar con un centro tipo ruta (55%), el cual apoyaría como incentivo para continuar con la confección y uso de la vestimenta tradicional de lana el 30%, aportaría a la revitalización de los conocimientos ancestrales referentes a la elaboración de textil el 23%; ayudaría a la difusión de la cultura local el 20%. El 100% de los pobladores muestran la predisposición a participar en programas de capacitación, considerando de importancia organizar talleres prácticos de tejidos (33%); investigación, experimentación y prácticas en el tema de tintes naturales (20%); e implementación de una escuela textil (18%).

La totalidad del grupo de personas dedicadas al textil tienen interés de contar con un centro tipo ruta (70%), pues confían que el mismo influenciaría para continuar con la confección y uso de la vestimenta tradicional de lana el 33%, ayudaría a que se produzca y venda artesanías de lana el 30%, aportaría a la revitalización de los conocimientos ancestrales referentes a la elaboración de textil en un 19%. El 100% de las personas muestran la predisposición a participar en programas de capacitación y a organizarse para llevar adelante el proyecto. Al 80% le gustaría recibir en sus casas a los turistas.

El centro interpretativo está conformado por el Sendero Textil “Ñawi Ñawi” y la “Jatun Tampu”, espacios que permitirán una interacción directa del turista con la realidad cultural de un pueblo y de manera especial con la gente productora de textiles, evidenciando con naturalidad y de manera acogedora los escenarios de trabajo, convivencia y cooperación familiar para lograr la confección de prendas de lana, encuentro que pretende generar una conciencia de valoración social con propuesta de

equidad y reconocimiento económico justo al momento de adquirir productos elaborados manualmente; generando de esta manera un verdadero respeto y afecto entre culturas, ya que “Nadie ama lo que no conoce”.

4. El análisis de los estamentos legales como la Constitución de la República del Ecuador y la Ley de Economía Popular y Solidaria, evidencia la viabilidad legal a través de los cuales el centro puede existir como asociación de artesanos dedicada a la producción de bienes y servicios, fundamentada en valores y principios que protegen la integridad y defienden la vida en todas sus múltiples expresiones.

Además de que la gestión administrativa contiene una propuesta que ayudará a reactivar las formas tradicionales de organización y gestión, con poder y responsabilidades compartidas entre diferentes actores dentro de la comunidad y diferentes áreas a nivel interno del centro interpretativo, el mismo que se sostiene en base a la activa comunicación y cooperación entre sus miembros.

5. En referencia a los resultados obtenidos en la evaluación de impactos socio cultural y ambiental el proyecto es viable, ya que las actividades generadas por el proyecto producirán un impacto positivo correspondiente al 95.7% a nivel social, cultural y en parte ambiental. El 4.3% de los impactos negativos se generan en el componente ambiental, para lo cual se propone medidas de mitigación en base a la implementación y aplicación de buenas prácticas ambientales.
6. Los indicadores financieros refleja la factibilidad económica del proyecto por cuanto muestran valores sobre cero y el tiempo de recuperación es dado para 3 años de vida activa del proyecto. Ciertamente el valor Costo Beneficio es de 5 centavos por cada dólar invertido, importante pero no determinante puesto que el proyecto genera cambios relevantes a nivel social y cultural dentro de la comunidad.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. En la comunidad es necesario dar inicio a un programa de mejora en la crianza de ovejas para optimizar la calidad de lana producida y su posterior proceso de clasificación con el fin de confeccionar prendas de calidad.

Antes del uso turístico los elementos culturales a interpretarse, debe aplicarse un programa bien estructurado de revitalización para el fortalecimiento de la identidad cultural a través de la práctica.

2. Es de vital importancia conformar un equipo de planificación y gestión en el campo turístico a nivel parroquial, para conformar productos turísticos en Red con las otras comunidades, con el fin de generar un producto o productos turísticos diferenciados en relación a la competencia, donde se inserten diferentes servicios de acuerdo a la vocación de cada comunidad y los que pretende ofertar el centro.
3. Es de vital importancia la comunicación y cooperación entre los actores de la comunidad para iniciar un proceso de integración social y fortalecimiento organizativo, con el fin de generar beneficios de proyectos existentes en la comunidad, pero que se encuentran abandonados; proceso base, sobre el cual se cimiente la apertura del centro interpretativo cultural textil.
4. Es necesario que se generen normativas internas e incentivos basados en las buenas prácticas tradicionales, que vayan en beneficio del fortalecimiento cultural, bienestar social y equilibrio ambiental, con miras a formar una comunidad sensible, consciente y feliz.

## VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de un centro interpretativo cultural para el aprovechamiento turístico de la producción tradicional de textiles elaborados a partir de la lana de oveja en la comunidad de Pichig, parroquia San Lucas, cantón Loja, provincia de Loja; para ello se procedió a determinar la viabilidad a nivel de potencial interpretativo en el campo textil, comercial, técnico, administrativa y legal, socio cultural y económico financiero del proyecto obteniendo: un territorio con potencialidad en recursos interpretativos, personal e infraestructura. Cuenta con oferta local en atractivos turísticos y la demanda tiene interés por los productos turísticos comunitarios; la demanda insatisfecha es el 85% teniendo la capacidad de captar el 65%. La audiencia turística, comunitaria y de textileros tienen interés de contar el centro, resultados de este estudio permiten plantear el diseño de un centro con dos características, tipo museo y tipo sendero denominados: "Jatun Tampu" y Sendero Textil "Ñawi Ñawi"; se diseñan 4 servicios interpretativos, una imagen corporativa y estrategias de mercado para captar la demanda objetivo. La existencia legal del centro está apoyada en la constitución ecuatoriana y la Ley de Economía Popular y Solidaria; se propone un modelo de gestión administrativa interna y externa del centro para su relación con la comunidad. La evaluación de impactos indica que el proyecto generaría el 96% de influencia positiva a nivel socio cultural. El estudio económico y los indicadores financieros indican que el proyecto es rentable. Se concluye que el proyecto es viable por su importancia social, cultural ambiental y económica, se recomienda priorizar la revitalización y fortalecimiento cultural desde adentro.



## IX. SUMARY

The present research proposes: to develop a feasibility study for the implementation of an interpretative cultural centre for the touristic utilization of the traditional production of textiles made of sheep wool in Pichig community, San Lucas district, Loja canton, Loja Province; for this it was determined the viability to the level of interpretative potential in the textile field, trading, technical, administrative, legal, socio-cultural and financial of the project obtaining: the territory with potentiality in interpretative resources, personnel and infrastructure. It has a local offer in touristic attractive sites and the demand has interest for community and touristic products; the unsatisfied demand is 85% being capable to getting 65%. The community touristic audience and textile have interest in the centre, results of this study set out the design of a centre with two characteristics, museum and footpath named: "Jatun Tampu" and Textile Footpath "Ñawi Ñawi"; 4 interpretative services are designed, a corporative image and market strategies to attract the demand like a target. The legal existence of the centre is supported in the Ecuadorian Constitution and the law of Popular and Solidary Economy; it is proposed a model of internal administrative management and external of the centre for its relation with the community. The evaluation of impacts shows that the project would generate the 96% of positive influence to the socio-cultural level. The economical study and the financial indicators show the project is profitable. It is concluded that the project is possible for its social, cultural, environmental and economical importance, It is recommended to prioritize the revitalization and cultural strengthening since inside.



## **X. BIBLIOGRAFÍA**

- **ASOCIACIÓN DE MONITORES MEDIOAMBIENTALES ALMIJARA (AMMA) 2006/2008.** Turismo Sostenible. Definición. Consultado el 05 de diciembre del 2014 (en línea). Disponible en <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
- **ASOCIACIÓN PARA LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO (AIP). 2006.** Comisión de Calidad y Buenas Prácticas en la Interpretación: Recomendaciones para las Buenas Prácticas en Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural.
- **BAZAN, H. 2014.** La Interpretación del Patrimonio Geomorfológico en los Picos de Europa: una propuesta para su aprovechamiento didáctico y geo turístico. Valladolid - España. Consultado el 05 de diciembre del 2014 (en línea). Disponible en <file:///C:/Users/userone/Downloads/TESIS578-141014.pdf>
- **BERTONATTI, C. 2009.** Los centros de visitantes y de interpretación (en línea). Consultado el 30 de septiembre del 2013. Disponible en: <http://claudiobertonatti.files.wordpress.com/2009/09/bertonatti-2009-centros-de-visitantes-y-de-interpretacion.pdf>
- **CAPECE, G. 1997, citado en AMMA 2006/2008.** Turismo Sostenible. Definición. Consultado el 05 de diciembre del 2014 (en línea). Disponible en <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
- **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. 2008.**
- **GADPSL, 2013.** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de San Lucas. 2013. Comunidad de Pichig (en línea). Consultado el 30 de septiembre del 2013. Disponible en: [www.sanlucas.gob.ec](http://www.sanlucas.gob.ec).
- **JONES Y GEORGE, 2010 citado en GALLARDO, E. 2010.** Fundamentos de la administración (en línea). Consultado el 05 de diciembre del 2014. Disponible en <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/17604/6/Fundamentos%20Administracion%20EGallardo.pdf>
- **GALLERANO, M. 2009.** Administración de empresas. viabilidad administrativa legal. Argentina. Consultado el 05 de diciembre (en línea). Disponible en <http://temasdeadministraciondeempresas.blogspot.com/2009/05/como-evaluar-un-proyecto-de-inversion.html>
- **HAM, S. 1992.** Interpretación Ambiental: Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños. Estados Unidos. Pág. 27 - 32

- **INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL (INPC). 2011.** Instructivo para fichas de registro inventario patrimonio inmaterial: Categoría y criterios de identificación. Quito. P. 29, 30.
- **LAGO, L. 2003 citado en Chacón, J. 2013.** Matriz de Evaluación de Impactos Ambientales (en línea). Consultado el 15 de diciembre del 2014. Disponible en <https://ambienteubv.wordpress.com/2013/05/15/matriz-de-lazaro-lago-perez/>
- **LEY ORGÁNICA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA** y del Sector Financiero Popular y Solidario. Quito. 2011.
- **MASLOW, 1954 citado en GUERRA, F. 1998.** Interpretación del Patrimonio. El Marco Teórico. pp. 6-8
- **MINISTERIO DEL AMBIENTE DEL ECUADOR, 2012.** Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador continental. Subsecretaría de Patrimonio Natural. Quito.
- **MOLINA, P. 2006.** Manual de función u operación. Consultado en línea el 27 de
- **MORALES, J. 1998 citado en BAZÁN, H. 2014.** La Interpretación del Patrimonio Geomorfológico en los Picos de Europa: una propuesta para su aprovechamiento didáctico y geo turístico. Valladolid – España. Consultado el 05 de diciembre del 2014 (en línea). Disponible en file:///C:/Users/userone/Downloads/TESIS578-141014.pdf
- **MORALES, J. 2001.** La planificación interpretativa asegura la excelencia en interpretación: una herramienta para el turismo, la difusión in situ del patrimonio y la puesta en valor de lugares de interés. Algeciras España.
- **PACHECO, CARRERA Y ALMEIDA. 2011.** Propuesta metodológica para la evaluación de la factibilidad de proyectos de turismo comunitario. Caso de estudio: Comunidades Huaorani, Achuar y Shiwiar de la Amazonia Ecuatoriana. Enero-junio 2011. P. 32.
- **QUIZHPE, T. 2013.** Evaluación del Potencial Turístico para la Parroquia San Lucas del Cantón Loja, Provincia de Loja.
- **REYES, P. 1997.** Administración de empresas: Teoría y práctica. Tomo 1 y 2. Editado por Limusa, México. Pág. 3- 9
- **PETERSEN Y PLOWMAN citados en REYES, P. 2005.** Administración de empresas: Teoría y práctica. Tomo 2. Editado por Limusa, México 2005. Pág. 210 – 233

- **SANAGUANO, A. 2011.** Diseño de un producto turístico sostenible basado en el uso de tecnologías limpias, para la fundación de tecnologías apropiadas Mashcana, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. ESPOCH. Riobamba. pp. 131 – 136; 148 – 150.
- **SANTACANA, J. 2005.** Citado en: Proyecto de tesis. Diseño de un centro de interpretación de la cultura Puruhá para el aprovechamiento turístico de la laguna de Colta, cantón Colta, provincia de Chimborazo. 2012. ESPOCH. Pág. 17-19. Septiembre del 2013. Disponible en: [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)
- **SANTOS, T. 2008.** "*Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio*" en Contribuciones a la Economía. Consultado el 05 de diciembre del 2014 (en línea). Disponible en <http://www.eumed.net/ce/2008b/>
- **TILDEN, F. 1957.** Interpreting Our Heritage. The University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- **UNESCO. 1982.** Citado en: Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable. Consejo nacional de la cultura y las artes - Gobierno de Chile y Patrimonia Consultores. Pág.5, 13.
- **WAGAR, 1976 citado en MORALES, J. 1992.** Manual de Interpretación Ambiental en Áreas Protegidas de la Región del Sistema Arrecifal Mesoamericano - 2005. Belice – Guatemala – Honduras – México. Pág. 14.

## **XI. ANEXOS**

### **Anexo 1. Descripción de los parámetros para el cálculo del Índice de Potencialidad Interpretativa (IPI)**

<b>Nº</b>	<b>Parámetros</b>	<b>Explicación</b>
1	<b>Singularidad</b>	Refleja el grado de originalidad del recurso con respecto al espacio físico y el tiempo.
2	<b>Resistencia al impacto</b>	Capacidad del recurso a resistir la presión de visitas y usos
3	<b>Predisposición comunitaria a mostrar el recurso</b>	Nivel de accesibilidad simbólica, social y pública al recurso cultural, según las restricciones de uso locales. Disponibilidad voluntaria de los pobladores, para que sus elementos, procesos y procedimientos sean difundidos al público.
4	<b>Accesibilidad</b>	Facilidad de acceso en el entorno físico del recurso a interpretar.
5	<b>Estacionalidad</b>	Referente a la duración y periodicidad a si el recurso interpretativo está presente en todo momento, cuando se desee hacer la visita.
6	<b>Afluencia actual</b>	Uso que actualmente se pueda registrar que confirme entre otros aspectos su singularidad, atractivo, accesibilidad, etc.
7	<b>Información disponible</b>	Cantidad y calidad de información fidedigna existente acerca del recurso cultural a interpretar.
8	<b>Pertinencia interpretativa</b>	Oportunidad, adecuación y facilidad del rasgo o recurso a ser interpretado de acuerdo con los valores del área. Representatividad del rasgo con la zona.
9	<b>Facilidad de auto interpretarse</b>	Es la facilidad que presenta el recurso cultural para ser interpretado por si solo el significado profundo.
10	<b>Seguridad</b>	Nivel de riesgo o influencia negativa tanto al recurso cultural y su entorno como a los visitantes al compartir los conocimientos ancestrales ligados a la cultura y la naturaleza. Fortaleza cultural y capacidad de carga.
11	<b>Adecuación</b>	Posibilidades que albergan el sitio y su entorno inmediato para ser acondicionado a su uso recreativo e interpretativo.

## Anexo 2. Parámetros de evaluación del Índice de Potencialidad Interpretativo

Parámetros	1	2	3	4	5
<b>Singularidad</b>	Muy común	Común	Único en la zona	Único en la provincia	Único en el país
<b>Resistencia al impacto</b>	Si su uso fuese intensivo, alteración total.	Si su uso fuese intensivo, poco resistente, alteración muy visible con mantenimiento	Si su uso fuese intensivo, poco resistente, alteración visible con mantenimiento esporádico.	Si su uso fuese intensivo, resistente, poca alteración, sin mantenimiento	Si su uso fuese intensivo, muy resistente, no se vería alterado.
<b>Predisposición comunitaria a mostrar el recurso</b>	Uso restringido	Limitada predisposición de la gente para mostrar el recurso	Apertura más condiciones para disminuir impactos socioculturales	Apertura total con permiso para mostrar el recurso	Apertura total de la comunidad a mostrar el recurso
<b>Accesibilidad</b>	Casi inaccesible, relieve con pendiente muy fuerte (más del 10%)	Poco accesible, relieve con pendiente fuerte (7-9%)	Poco accesible, relieve con pendiente moderado (4-6%)	Accesible, relieve con pendientes suaves (1-3%)	Muy accesible, relieve llano.
<b>Estacionalidad</b>	No se puede visitar.	Visitas puntuales durante	Se puede visitar durante la época no	Se puede visitar durante todo el año	Se puede visitar durante todo el año

		todo el año.	lluviosa.	excepto los días de lluvia.	
<b>Afluencia actual</b>	No frecuenta do, sin afluencia.	Frecuentación puntual, afluencia mínima.	frecuentación en épocas festivas, afluencia baja	Frecuentación de fines de semana, afluencia media.	Frecuentación diaria, mucha afluencia.
<b>Información disponible</b> (en formato papel, internet, ente de turismo, información oral)	Nada de información disponible	Poca información y de mala calidad.	Poca información y de buena calidad	Mucha información pero de poca calidad	Mucha información y de calidad
<b>Pertinencia o representatividad interpretativa</b> (tanto naturales como sociales)	Inadecuado con los valores del área.	Muy poca pertinencia. Altera muchos valores del área.	Poca pertinencia. altera varios valores del área	Pertinencia en lo general. alterando ciertos valores del área	Pertinente con los valores del área
<b>Facilidad de auto interpretarse</b>	Para transmitir el mensaje profundo del recurso, es necesario la intervención de un guía	El mensaje transmitido por el recurso puede ser alterado o no pasar por alto de no existir un guía que lo sustente	Logra transmitir el mensaje de su significado por sí solo, pero necesita la intervención de un guía para profundizarlo	El recurso tiene la capacidad de auto interpretarse con el apoyo de medios interpretativos complementarios, sin la presencia de un guía.	Es capaz transmitir el mensaje profundo del recurso por si solo

	intérprete				
<b>Seguridad</b> (barranco, caídas, desorientación, obstáculos...)	Inseguro	Muy poco seguro, existen peligros	Poco seguro, podría existir algún peligro, hay que ir con precaución.	Seguro, no hay peligro alguno pero hay que ir con precaución.	Muy seguro, no hay peligro alguno.
<b>Adecuación</b> (relieve, accesibilidad, visibilidad, espació abierto)	Inadecua do, no se cumple ninguno de los factores.	Muy poca adecuación, solo se cumple uno de los factores.	Poca adecuación, se cumplen algunos de los factores.	Buena adecuación, se cumplen casi todos los factores.	Muy buena adecuación

### Anexo 3. Muestra de encuesta aplicada para estudio de audiencia turística

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Estimado(a) turista: la presente encuesta tiene como objetivo caracterizar la audiencia turística potencial para la implementación del Centro Interpretativo Cultural de Textiles Tradicionales elaborados a partir de lana de oveja en la comunidad indígena de Pichig, parroquia San Lucas, cantón y provincia de Loja. Por tanto le pedimos se sirva llenar con toda la seriedad y sinceridad las siguientes preguntas, pues su información será de gran ayuda. ¡Gracias!

1. Género: a. Masculino ( ) b. Femenino ( )
2. Edad: a. 15 a 20 ( ) b. 21 a 30 ( ) c. 31 a 40 ( ) d. 41 a 50 ( ) e. Más de 51 ( )
3. ¿Cuál es su nivel de estudios?  
a. Primaria ( ) b. Secundaria ( ) c. Universitaria ( ) d. Postgrado ( )
4. ¿Cuál es su lugar de procedencia?  
País..... Provincia/estado.....  
Ciudad/Cantón.....
5. ¿Cómo realiza usted sus viajes?  
a. Solo/a ( ) b. En pareja ( ) c. En familia ( ) d. Con amigos ( ) e. Grupo organizado ( )
6. ¿Le interesaría contar con un Centro de Interpretación Cultural Textil de la cultura Saraguro en la Comunidad indígena rural de Pichig? ¿Por qué? Elija máximo 3 opciones.

- a. Si ( )
- 1) Para conocer el textil tradicional ( )
  - 2) Para comprar artesanías de lana ( )
  - 3) Para conocer la cultura Saraguro ( )
  - 4) Para aprender a elaborar textiles ( )

b. No ( )  
 Prefiero otros temas/actividades como:

- 1) Rutas de visita a sitios arqueológicos ( )
- 2) Rutas de visita agroturísticas ( )
- 3) Rutas para degustación gastronómica ( )

Si su respuesta es NO, terminó la encuesta y entregue la misma

**7.** ¿Cómo le gustaría que fuese el Centro de Interpretación Cultural Textil? Elija 1 opción.

- a. ¿Tipo museo, que incluya un recorrido en un solo lugar? ( )
- b. ¿Tipo ruta, que incluya un recorrido interpretativo en los hogares de quienes se dedican al arte de elaboración del textil dentro de la comunidad? ( )

**8.** ¿Cuánto tiempo destinaria para informarse y experimentar sobre la elaboración de textiles en el Centro de Interpretación Cultural Textil? Elija 1 opción.

- a. Media hora ( )
- b. Una hora ( )
- c. Más de una hora ( )

**9.** ¿Qué tipo de medios interpretativos cree usted que debería desarrollarse en el Centro de Interpretación Cultural Textil? Elija máximo 3 opciones.

- a. Guías intérpretes ( )
- b. Exhibiciones de pared ( )
- c. Medios interactivos ( )
- d. Folleto interpretativo ( )
- e. Demostraciones interpretativas ( )

**10.** ¿Qué servicios complementarios, estaría dispuesto usted a contratar en su visita al Centro de Interpretación Cultural Textil? Libre elección.

- a. Tienda artesanal de textil de lana ( )
- b. Refrigerios, considerando la gastronomía tradicional local ( )
- c. Transporte ( )
- d. Información turística local ( )
- e. Recorrido a otros lugares turísticos de la zona ( )
- f. Turismo vivencial ( )
- g. Otros ¿Cuál?.....

**11.** ¿Cree usted que es necesario condiciones o normas para que la visita de turistas no cause efectos negativos a la comunidad?

- a. No ( )
- b. Si ( )

**12.** De las siguientes condiciones ¿Cuáles harían que usted no recomiende o deje de visitar un lugar?

Elija máximo 3 opciones.

- 1) No botar basura durante su recorrido ( )
- 2) Fotografiar solo en momentos autorizados ( )

- 3) Control de ingesta de drogas, alcoholes y tabaco ( )  
 4) Hacer recorridos turístico únicamente con la compañía de un guía nativo ( )  
 5) No ingresar a la comunidad con alimentos foráneos y consumir lo local ( )  
 6) Otras ¿Cuáles?:.....

13. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted utilizaría para informarse del Centro de Interpretación Cultural Textil?

- |                     |     |                        |     |
|---------------------|-----|------------------------|-----|
| a. Sitio web        | ( ) | e. Televisión          | ( ) |
| b. Prensa           | ( ) | f. Amigos / familiares | ( ) |
| c. Guías turísticas | ( ) | g. Agencia de viajes   | ( ) |
| d. Radio            | ( ) | h. Redes sociales      | ( ) |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

#### Anexo 4. Muestra de encuesta aplicada para estudio de audiencia comunitaria

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Estimado(a), poblador de la comunidad: la presente encuesta tiene como objetivo caracterizar el perfil del potencial anfitrión para la implementación de un Centro Interpretativo Cultural Textil en la comunidad de Pichig. Por tanto le pedimos se sirva llenar con toda la seriedad y sinceridad las siguientes preguntas, pues su información será de gran ayuda. ¡Gracias!

1. Género: a. Masculino ( ) b. Femenino ( )  
 2. Edad: a. 15 a 20 ( ) b. 21 a 30 ( ) c. 31 a 40 ( ) d. 41 a 50 ( ) e. Más de 51 ( )  
 3. ¿Cuál es su nivel de estudios?  
 a. Primaria ( ) b. Secundaria ( ) c. Universitaria ( ) d. Postgrado ( )  
 4. ¿Cree usted que es importante la implementación de un Centro de Interpretación Cultural Textil en la comunidad de Pichig? ¿Por qué? Elija máximo 3 opciones.  
 a. Si ( )  
 1) Para recuperar los conocimientos tradicionales ( )  
 2) Para volver a confeccionar y utilizar nuestra propia vestimenta ( )  
 3) Para difundir nuestra cultura ( )  
 4) Para producir y vender artesanías de lana de oveja ( )  
 5) Para aprovechar la materia prima (lana) disponible ( )  
 b. No ( )  
 Considero prioritarios otros proyectos o actividades como:  
 1) Gastronomía ( )  
 2) Agricultura ( )

- 3) Ganadería ( )  
 4) Cuidado del ambiente ( )

Si su respuesta es NO, terminó la encuesta y entregue la misma.

**5.** ¿Cómo le gustaría que fuese el Centro de Interpretación Cultural Textil? Elija 1 opción:

**a.** ¿Tipo museo, que incluya un recorrido en un solo lugar? ( )

¿Tipo ruta, que incluya un recorrido interpretativo en los hogares de quienes se dedican al arte de elaboración del textil dentro de la comunidad? ( )

**6.** ¿Está usted dispuesto a asistir a programas de capacitación, para la implementación del Centro de Interpretación Cultural Textil en la comunidad de Pichig?

**a.** Si ( )                      **b.** No ( )

**7.** ¿Cree usted que es necesario condiciones o normas para que la visita de turistas no cause efectos negativos a la comunidad? Libre elección.

**a.** No ( )                      **b.** Si ( ) Indique cuáles:

- 1)** No botar basura durante su recorrido ( )  
**2)** Definir momentos específicos para las fotografías ( )  
**3)** Control de ingesta de drogas, alcoholes y tabaco ( )  
**4)** Hacer recorridos turístico únicamente con la compañía de un guía nativo ( )  
**5)** Otras ¿Cuáles?:.....

**8.** ¿Qué acciones cree usted que pueden contribuir al fortalecimiento de los conocimientos y prácticas tradicionales, referentes a la producción tradicional de textiles de lana? Elija máximo 3 opciones.

**a.** Conformer una escuela textil ( )

**b.** Incentivar a la investigación, experimentación y prácticas en el tema de tintes naturales ( )

**c.** Organizar talleres prácticos en las casas de las personas que saben del arte textil hacia la gente interesada en conocer y aprender ( )

**d.** Insertar a los textileros locales reconocidos en los espacios y momentos festivos locales para que den a conocer sus productos ( )

**e.** Planificar y/o participar de ferias turísticas para promocionar y vender los productos locales ( )

**f.** Otras Cuáles?:.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Anexo 5. Muestra de encuesta aplicada para las personas que se dedican a la producción textil

### ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Estimado (a) artesano (a): la presente encuesta tiene como objetivo caracterizar al potencial anfitrión, para la implementación de un Centro Interpretativo Cultural Textil en la comunidad de Pichig. Por tanto le pedimos se sirva llenar con toda la seriedad y sinceridad las siguientes preguntas, pues su información será de gran ayuda. ¡Gracias!

1. Género: a. Masculino ( ) b. Femenino ( )
2. Edad: a. 15 a 20 ( ) b. 21 a 30 ( ) c. 31 a 40 ( ) d. 41 a 50 ( ) e. Más de 51 ( )
3. ¿Cuál es su nivel de estudios?
  - a. Primaria ( ) b. Secundaria ( ) c. Universitaria ( )
4. ¿Cree usted que es importante la implementación de un Centro de Interpretación Cultural Textil en la comunidad de Pichig? ¿Por qué? Elija máximo 3 opciones.
  - a. Si ( )
    - 1) Para recuperar los conocimientos tradicionales ( )
    - 2) Para volver a confeccionar y utilizar nuestra propia vestimenta ( )
    - 3) Para difundir nuestra cultura ( )
    - 4) Para producir y vender artesanías de lana de oveja ( )
    - 5) Para aprovechar la materia prima (lana) disponible ( )
  - b. No ( )
 

Considero prioritarios otros proyectos o actividades en otros campos como:

    - 1) Gastronomía ( )
    - 2) Agricultura ( )
    - 3) Ganadería ( )
    - 4) Cuidado del ambiente ( )

Si su respuesta es NO, terminó la encuesta y entregue la misma.
5. ¿Cómo le gustaría que fuese el Centro de Interpretación Cultural Textil? Elija 1 opción.
  - a. ¿Tipo museo, que incluya el recorrido interpretativo en un solo lugar? ( )
  - b. ¿Tipo ruta, que incluya el recorrido interpretativo en los hogares de quienes se dedican al arte de elaboración del textil dentro de la comunidad? ( )
6. ¿Está dispuesto usted a asistir a programas de capacitación, para la implementación del Centro de Interpretación Cultural Textil en la comunidad de Pichig?
  - a. Si ( ) b. No ( )
7. ¿Está dispuesto usted a organizarse entre artesanos para la implementación del Centro de Interpretación Cultural Textil en la comunidad de Pichig?



**a) Título del recurso interpretativo**

- Compartido por:
- Ubicación:
- Altitud:
- Límites:
- Piso ecológico:

**b) Antecedentes del recurso interpretativo****c) Instrumentos****i. Etapas****d) Materiales****e) Descripción del proceso****f) Observación o comentarios****g) Glosario de términos**



COMPONENTES	ACCIONES DEL PROYECTO								Total	Total	Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	(+)	(-)	
AMBIENTALES											
A	-9		-5		-4	-5				23	23
B			-13	-25		-13	-13	-25		114	114
C				-7	-10		-7			24	24
D			-14	-6	-29	-23	-23			95	95
E	-9	-9	-26	-35	-17	-18	+5	+9	14	114	128
Total (+)							5	9	28		
Total (-)	18	22	70	73	60	59	43	25		740	
Total	18	22	70	73	60	59	48	34			768

**Anexo 8. Cuadro de la descripción de criterios para la matriz de evaluación de impactos socio culturales y naturales basado en la metodología propuesta por Lázaro Lago (2003).**

Criterio	Descripción	Símbolo
Naturaleza	Positivo	+
	Negativo	-
	Neutro	N
	Previsible	X
Tipo	Primario	Pr
	Secundario	Sc
	Acumulativo	Ac
Tiempo en aparecer	Corto plazo (menos de 6 meses)	C
	Mediano plazo (6 meses a 5 años)	M
	Largo plazo (Después de 5 años)	L
Certeza	Cierto (Probabilidad de ocurrencia del impacto mayor al 75%)	C
	Probable (Probabilidad de ocurrencia entre 50 y 75%)	D
	Improbable. (Se requieren estudios)	I
Considerado en el diseño	Si	S
	No	N
Magnitud	Baja intensidad, (únicamente en el Jatun Tampu)	1
	Moderada intensidad, (Jatun Tampu y Sendero Ñawi Ñawi)	2

	Alta intensidad, (toda la comunidad)	3
<b>Importancia</b>	Sin importancia	0
	Menor importancia	1
	Moderada importancia	2
	Importante	3
<b>Reversibilidad</b>	Reversible	1
	No Reversible	2
<b>Duración</b>	Corto plazo (el impacto permanece menos de un año)	1
	Mediano Plazo (si el impacto permanece entre 1 y 10 años)	2
	Largo Plazo. (si el impacto permanece más de 10 años)	3