



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

TEMA

Propuesta para la creación de una Galería Folclórica enfocada a las costumbres y tradiciones de los montubios de la provincia del Guayas, para fomentar el turismo cultural y fortalecer la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil.

AUTOR (A):

Rojas Suárez Vanessa Elizabeth

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

TUTOR:

CPA. Laura Vera Salas, Mgs

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Rojas Suárez Vanessa Elizabeth**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR (A)

CPA. Laura Vera Salas, Mgs

REVISOR(ES)

Dra. María Auxiliadora Egas Miraglia, Mgs

Lcda. Alicia Calderón Gallegos, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Maria Belen Salazar Raymond. MBA
Guayaquil, a los **31 del mes de Enero del año 2014.**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Vanessa Elizabeth Rojas Suárez**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **“Propuesta para la creación de una Galería Folclórica enfocada a las costumbres y tradiciones de los montubios de la provincia del Guayas, para fomentar el turismo cultural y fortalecer la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil.”** previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014.

EL AUTOR (A)

Vanessa Elizabeth Rojas Suárez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

AUTORIZACIÓN

Yo, **Vanessa Elizabeth Rojas Suárez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Propuesta para la creación de una Galería Folclórica enfocada a las costumbres y tradiciones de los montubios de la provincia del Guayas, para fomentar el turismo cultural y fortalecer la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil.”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 31 del mes de Enero del año 2014.

EL (LA) AUTOR(A):

Vanessa Elizabeth Rojas Suárez

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por darme un día más de vida y por darme cada día esa fortaleza que necesito para afrontar mis defectos, adversidades y responsabilidades en todo aspecto.

En segundo lugar, agradezco infinitamente a mi padre que siempre me ha brindado su apoyo incondicional y ese cariño que ha hecho de mi una persona de bien, gracias a él he llegado a comprender las dificultades que tiene la vida y cómo afrontarla con aptitud.

Agradezco a mi madre quien me dio la vida que es la que permite que yo haya llegado hasta etapa de mi vida, así como también a mi familia que de una u otra forma me han brindado su apoyo.

También agradezco a aquellas personas que han aportado con un granito de arena con sus conocimientos sobre mi tema de tesis, gracias a ellos, hicieron que mi proyecto permita mostrar la realidad actual en la que vivimos.

Vanessa Elizabeth Rojas Suárez

DEDICATORIA

Esta tesis de grado va dedicada a mi padre, el ser que más amo y admiro porque ha cuidado de mi desde siempre y no duda en brindarme su apoyo incondicional, gracias a él he llegado hasta esta etapa de mi vida y quiero agradecerle todo lo que ha hecho por mí, que Dios ayude a desechar rencores escondidos en su corazón, y poder sentir que este orgulloso de su hija primogénita. También va dedicada para mi hijo Jeremy Matias que es el que me da fuerzas para querer luchar cada día por el y sacarlo adelante sobre todas las cosas.

Vanessa Elizabeth Rojas Suárez

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	2
JUSTIFICACIÓN	2
ANTECEDENTES.....	5
1.2.1 DATOS GENERALES DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS	5
1.2.2 TRANSFORMACION DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS.....	4
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.4 OBJETIVOS	6
1.5 FORMULACION DE HIPOTESIS	7
1.6 CONTRIBUCION POTENCIAL DE ESTUDIO.....	7
CAPITULO II	8
MARCO CONTEXTUAL	8
2.1 MARCO CONCEPTUAL.....	8
2.1.1 DEFINICIÓN DE TURISMO	8
2.1.2 DEFINICIÓN DE TURISMO CULTURAL	9
2.1.3 CONCEPTO DE CULTURA	9
2.1.4 ANALISIS DE LA CULTURA MONTUBIA	11
2.1.5 DEFINICION DE GALERIA FOLCLORICA	12
2.1.7 DEFINICIÓN DE CALIDAD	13
2.1.8 CONCEPTO DE SERVICIO AL CLIENTE.....	14
2.2 MARCO TEÓRICO.....	15
2.2.1 “EL MONTUBIO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS” DESCRIPCION:	16
2.2.11 JUEGOS TRADICIONALES	23

2.2.13 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS CANTONES PRINCIPALES COMO TURISMO CULTURAL DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS	26
2.3 MARCO REFERENCIAL.....	35
2.4 MARCO LEGAL.....	38
CAPITULO III	41
3.1. METODOLOGÍA.....	41
3.1.1 Métodos de Investigación.....	41
3.1.2 Tipo de Investigación.....	41
3.1.3 Técnicas de la investigación.....	42
3.1.4 Enfoque de la Investigación	43
3.1.4.1 Método Cualitativo	43
3.1.4.2 Método Cuantitativo.....	43
3.1.5 Instrumentos y técnicas de Investigación	43
3.1.5.1 Encuestas.	43
3.1.5.2 Entrevistas.	44
3.1.6 Investigación de Mercado.....	44
3.1.6.1Tamaño de Muestra.....	44
3.1.6.2 Cálculo de la muestra.....	44
3.2 ANALISIS DE RESULTADOS	46
CAPITULO IV.....	52
ANALISIS DEL MACRO ENTORNO.....	52
4.2 PLAN DE MARKETING	52
Análisis P.E.S.T.....	52
4.2.1 FACTOR POLÍTICO	52
4.2.2 FACTOR ECONÓMICO	53
4.2.3 FACTOR SOCIAL.....	55

4.2.4 FACTOR TECNOLÓGICO	60
4.3 IMPACTOS DE CALIDAD	61
4.3.1 MARKETING.....	61
4.3.2 VENTAS	61
4.3.3 LOGÍSTICA	61
4.3.4 PRESTACIÓN DE SERVICIO	62
4.3.5 SERVICIO POST VENTA.....	62
4.3.6 ORGANIZACIÓN INTERNA Y TECNOLÓGICA.....	63
4.3.7 INFRAESTRUCTURA Y AMBIENTE.....	63
4.3.8 SERVICIO AL CLIENTE.....	63
4.4 PLAN DE MARKETING.....	64
Análisis de las 4 P.....	64
4.4.1 PRODUCTO	64
4.4.2 PRECIO.....	65
4.4.3 PLAZA O CANALES DE DISTRIBUCION	66
4.4.4 PROMOCION.....	66
ANALISIS MICRO DEL ENTORNO	67
4.5 ANALISIS FODA	67
4.6 LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	69
4.7 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	70
4.8 LOGO Y NOMBRE	72
4.9 PAGINA WEB.....	72
4.10 ORGANIGRAMA	73
4.10.1 FUNCIONES DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO	73
4.10.2 FUNCIONES DEL GERENTE ADMINISTRADOR	73

4.10.3 FUNCIONES DEL ASESOR CULTURAL.....	74
4.10.4 FUNCIONES DE LOS GUIAS	75
4.10.5 FUNCIONES DE CONSERJE	75
4.11 ESTRUCTURA FÍSICA DE LA GALERÍA FOLCLÓRICA.....	76
4.11 CARACTERISTICA DE LOS TRAJES TIPICOS A EXHIBIRSE.....	78
4.12 GRUPOS TENTATIVOS A PARTICIPAR EN LA GALERIA FOLCLORICA REALIZANDO SHOW COSTUMBRISTAS MONTUBIOS.....	83
4.12.1 GRUPO DE DANZA FOLCOSTA BALLEET REGIONAL.	83
4.12.2 GRUPO DE PROYECCIÓN FOLCLÓRICA NUESTRA DANZA	85
4.12.3 GRUPO TEATRAL “RETABLILLO”	86
4.13 CARACTERISTICA DE LAS ARTESANIAS PARA LA EXHIBICION Y VENTA.88	
Artesanías varias de paja toquilla.....	92
CAPITULO V.....	94
PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	94
5.1 Inversión Inicial.....	94
5.2 Balance Inicial.....	95
Tabla # 10 BALANCE INICIAL	95
5.3 Depreciación y Amortización.....	96
5.4 Financiamiento.....	96
5.5 Sueldos	97
5.6 Ingresos	97
5.7 Egresos	99
5.8 Estado de Resultados.....	100
5.9 Balance General	101
5.10 Flujo de Caja	102
5.11 Evaluación Financiera	104

5.12 Ratios Financieros.....	104
5.12.1 Razones de Rentabilidad	105
5.12.1.1 Margen de Utilidad Bruta	105
5.12.1.2 Margen de Utilidad Neta	105
5.12.1.3 Rendimiento sobre Activos (RSA O ROA).....	105
5.12.1.4 Rendimiento sobre el Capital (RSC O ROE).....	105
5.13 Punto de Equilibrio	106
CONCLUSIONES.....	107
RECOMENDACIONES.....	108

INDICE DE IMAGENES

Imagen # 1 Rodeo montubio en salitre, presentación de las haciendas.	24
Imagen # 2 Elección “criolla bonita.” Imagen # 3 Elección “señorita rodeo montubio. Fuente: Autor Vanessa Rojas. Fuente: Autor Vanessa Rojas.	25
Imagen # 4 Pelea de gallo.	26
Imagen # 5 Sala destinada para exhibir los trajes típicos y artesanías.	76
Imagen # 6 Sala destinada para presentaciones de danzas artísticas.	77
Imagen # 7 Sala destinada para presentaciones de teatro costumbrista.	77
Imagen # 8 Traje de Gala modelo 1.	79
Imagen # 9 Traje colonial utilizado en paseos. Modelo 2.	80
Imagen # 10 demostración teatral de las grandes fiestas de la clase alta. Modelo 3.	80
Imagen # 11 moda antigua del traje ciudadano de diario.	81
Imagen # 12 MODELO PARA ALQUILER 1.	82
Imagen # 13 MODELO PARA ALQUILER 2.	82
IMAGEN # 14 TRAJE REGIONAL MONTUBIO. CUADRO FOLCLÓRICO MONTUBIO 1965. MODELO 3 PARA ALQUILER.	82
Imagen # 15 Grupo de Danza Folcosta Ballet Regional.	84
Imagen # 16 Grupo de Danza Folcosta Ballet Regional.	84
Imagen # 17 Grupo de Proyección Folclórica Nuestra Danza.	85
Imagen # 18 Grupo de Proyección Folclórica Nuestra Danza.	86
Imagen # 19 GRUPO TEATRAL “RETABLILLO”.	86
Imagen # 20 GRUPO TEATRAL “RETABLILLO”.	87
Imagen # 21 GRUPO TEATRAL “RETABLILLO”.	87
Imagen # 22 sombrero paso fino Imagen # 23 sombrero típico paja toquilla.	88

Imagen # 24 sombrero de cuero de vaquero.	89
Imagen # 25 Hamacas típicas de mocora.....	90
Imagen # 26 Barquito Velero	Imagen #
27 Barco Titanic.....	91
Imagen # 28 Balsa.....	91
Imagen # 29 Joyero de paja toquilla.	Imagen # 30 Joyero
pequeño de paja toquilla.....	92
Imagen # 31 Llavero pajarito de paja toquilla.	92
Imagen # 32 Muñecas de paja toquilla.	Imagen # 33
Bolsito de paja toquilla.....	93
Imagen # 34 Llaveros de sombreros y canastas de paja toquilla.	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1 EDADES DE LOS ENCUESTADOS.....	46
Tabla # 2 SEXO O GENERO DE LOS ENCUESTADOS.	46
Tabla # 3 VISITANTES NACIONALES O INTERNACIONALES.....	47
Tabla # 4 PREGUNTA #1 ¿Es originario de la provincia del Guayas?	48
Tabla # 5 PREGUNTA #2 ¿Conoce usted las costumbres y tradiciones de los pueblos de la provincia del Guayas?	49
Tabla # 6 PREGUNTA # 3 ¿Cuál de estas manifestaciones culturales conoce usted?	50
Tabla # 7 PREGUNTA # 4 ¿Si existiese un lugar que reúna estas manifestaciones para que usted las pueda conocer mejor, lo visitaría?	51
TABLA # 8 INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR.....	58
TABLA # 9 ENTRADA DE EXTRANJEROS A PRINCIPALES PROVINCIAS DEL ECUADOR.....	59
Tabla # 10 BALANCE INICIAL.....	95
Tabla # 11 FINANCIAMIENTO	96
Tabla # 12 PROYECCION DE INGRESOS TOTALES.....	98
Tabla # 13 PROYECCION DE VENTAS TOTALES ANUALES.....	99
Tabla # 14 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	100
Tabla # 15 BALANCE GENERAL	101
Tabla # 16 FLUJO DE CAJA	103
Tabla # 17 VAN Y TIR	104
Tabla # 18 RATIOS FINANCIEROS	104
Tabla # 19 TABLA # 20 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICO # 1 TABULACION CIRCULAR DE EDADES DE LOS ENCUESTADOS.....	46
GRAFICO # 2 TABULACION CIRCULAR DE SEXO O GENERO DE LOS ENCUESTADOS.....	46
GRAFICO # 3 TABULACION CIRCULAR DE CLASE DE VISITANTES ENCUESTADOS.....	47
GRAFICO # 4 TABULACION CIRCULAR DE LA PREGUNTA # 1.	48
GRAFICO # 5 TABULACION CIRCULAR DE LA PREGUNTA # 2.	49
GRAFICO # 6 TABULACION CIRCULAR DE LA PREGUNTA # 3.	50
GRAFICO # 7 TABULACION CIRCULAR DE LA PREGUNTA # 4.	51
GRAFICO # 8 Entrada de extranjeros al Ecuador 2012 – 2013.....	58
GRAFICO # 9 Oportunidades de la Galería Folclórica.	67
GRAFICO # 10 Amenazas de la Galería Folclórica.	68
GRAFICO # 11 Cinco fuerzas de Porter.	69

INDICE DE FIGURAS

Figura # 1 Mapa de los cantones de la provincia del Guayas.....	2
Figura # 2 Vestimenta del montubio en su diario vivir.....	18
Figura # 3 Ruta de la aventura.....	27
Figura # 4 Ruta de la Fe.	28
Figura # 5 Dulces de Yaguachi.....	29
Figura # 6 Ruta del Cacao.....	30
Figura # 7 Ruta del Arroz.....	31
Figura # 8 Ruta del Azúcar.....	34
Figura # 9 Andina y Orinoquía	35
Figura # 10 Comunidades Indígenas Trajes de uso diario y rituales de comunidades indígenas.....	36
Figura # 11 Costa Atlántica y Pacífica	36
Figura # 12 Labores de Aguja. Técnicas de tejidos realizados con aguja como bordados, crochet, tejido de punto, encaje de bolillo, frivolidad y punto de red.	37
Figura # 13 Manuela Sáenz. Réplicas de los trajes utilizados por Manuelita Sáenz.....	37
Figura # 14 Logo de la Galería Folclórica.....	72
Figura # 15 Pagina Web de la Galería Folclórica.....	72
Figura # 16 Organigrama de la empresa.....	73

INDICE DE ANEXOS

ANEXO # 1 MODELO DE LA ENCUESTA.....	109
ANEXO # 2 ENTREVISTA 1	110
ANEXO # 3 ENTREVISTA 2.....	112
ANEXO # 4 ENTREVISTA 3.....	114
ANEXO # 5 Inversión Inicial.....	116
ANEXO # 6 DEPRECIACION Y AMORTIZACION	120
ANEXO # 7 AMORTIZACION DEL PRESTAMO	121
ANEXO # 8 PROYECCION MENSUAL DE SUELDOS, AÑO 1	123
ANEXO # 9 PROYECCION MENSUAL DE SUELDOS, AÑO 2	124
ANEXO # 10 PROYECCION DE SUELDOS ANUAL.....	124
ANEXO # 11 INGRESOS POR VENTAS	125
ANEXO # 12 INGRESOS POR ALQUILER	129
ANEXO # 13 GASTOS GENERALES.....	131
ANEXO # 14 PROYECCION DE GASTOS GENERALES ANUAL.....	132
ANEXO # 15 COSTOS OPERACIONALES MENSUALES.....	133
ANEXO # 16 PROYECCION DE COSTOS OPERACIONALES ANUAL.....	136

RESUMEN

La presente investigación busca demostrar que la creación de una galería folclórica enfocada al costumbrismo de los montubios del Guayas es un negocio económicamente factible y que fortalecerá la identidad cultural de la provincia, mediante la exhibición de trajes típicos, videos de música, canciones, teatro, poesía y artesanías sobre el costumbrismo guayasense. Para cumplir este objetivo, se brindará al visitante adicionalmente demostraciones artísticas en vivo con grupos de danzas, teatro, poesía y música folclórica guayaca.

El sustento económico de esta galería se obtendrá a través de la venta de artesanías, trajes folklóricos y artículos elaborados de cuero de vaca, paja, caña guadúa, tagua, etc. que el turista podrá llevar como recuerdos de su visita; se venderá y alquilarán trajes folklóricos para estudiantes, agrupaciones o ciudadanía en general, además la prestación de servicios de asesoría cultural.

Palabras Claves: costumbrismo, identidad cultural, trajes típicos, danzas folclóricas, teatro folclórico, poesía folclórica, música folclórica, asesoría cultural.

ABSTRACT

This research seeks to demonstrate that the creation of a gallery folk focused montubios manners of Guayas, is a business economically feasible and strengthen the cultural identity of the province, through the display of costumes, music videos, songs, theater, poetry and crafts on guayasense manners. To meet this objective, additional visitors will be provided with live art demonstrations dance groups, theater, poetry and folk music guayaca.

The financial support of this gallery folk will be obtained through the sale of handicrafts, folk costumes and items made of cow leather, straw, reed guadúa, tagua, etc. which tourists can take as souvenirs of your visit, be sold and rented folk costumes for students, groups or citizens in general, and the provision of cultural advisory services.

Keywords: manners, cultural identity, traditional costumes, folk dances, folk theater, folk poetry, folk music, cultural advisory.

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país multicultural, en el cual se encuentran plenamente diferenciados cuatro zonas geográficas: Costa, Sierra o Interandina, Oriente o Amazónica y Peninsular o Islas Galápagos. Cada una de estas zonas tiene cultura y tradiciones bien diferenciadas, producto de la localización geográfica, clima, etnias que se asentaron en cada una de ellas y otros factores que han hecho de este país un crisol de tradiciones.

Durante muchos años, la cultura de nuestro país ha sido identificada internacionalmente por las tradiciones de la región interandina, porque la mayoría de los emigrantes de Ecuador a otros continentes son originarios de esta zona, llevando al país de destino su herencia cultural que se ve reflejada en sus distintas formas de vestir, gastronomía y costumbres.

En la provincia del Guayas y sus alrededores se han asentado comunidades o etnias como los montubios, que son materia de análisis en el presente estudio, y que son herederos de una riqueza histórica y cultural que no ha tenido la suficiente difusión.

En este proyecto se analizará la importancia de crear una Galería folclórica para destacar el valor de las tradiciones autóctonas de los habitantes de la provincia del Guayas por las tendencias actuales del turismo cultural, el impacto hacia la sociedad y por su aporte. Se justificarán los antecedentes de cómo en nuestro país se trabaja sobre el rescate y difusión de las raíces montubias narrando sus costumbres y tradiciones.

CAPITULO I

JUSTIFICACIÓN

El territorio ecuatoriano es una unidad geográfica e histórica de dimensiones naturales, sociales y culturales, legado de antepasados y pueblos ancestrales, de naturaleza pluricultural y con profundas raíces costumbristas, cuyos antepasados transmiten un legado cultural que va de generación en generación.

Tomando en consideración el artículo 11 de la constitución que indica que “Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación”. Se justifica que una de las principales tareas de la galería será diseñar una estrategia integral para así disminuir la discriminación de la etnia montubia que en muchas ocasiones es víctima de burla debido al desconocimiento de la población sobre su verdadero legado cultural e histórico.

La Constitución del Ecuador aprobada en el año 2008, indica que “Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.”. Podemos decir que este proyecto está bien encaminado porque brindará el conocimiento histórico y patrimonio cultural al público en general.

Señalando los artículos de la Constitución Política Ecuatoriana en el Título III, de los Derechos, Garantías y Deberes; Capítulo 4, de los derechos económicos, sociales y culturales; Sección séptima, de la Cultura, artículos 62, 63, 64 y 65:

“Art. 62: La cultura es patrimonio del pueblo y constituye elemento esencial de su identidad. El Estado promoverá y estimulará la cultura, la creación, la formación artística y la investigación científica. Establecerá políticas permanentes para la conservación restauración protección y respeto del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza artística, histórica, lingüística y arqueológica de la nación, así como del conjunto de valores y manifestaciones diversas que configuran la identidad nacional, pluricultural y multiétnica. El Estado fomentará la interculturalidad, inspirará sus políticas e integrará sus instituciones según los principios de equidad e igualdad de las culturas”.

Art. 63: “El Estado garantizará el ejercicio y participación de las personas, en igualdad de condiciones y oportunidades, en los bienes, servicios y manifestaciones de la cultura, y adoptará las medidas para que la sociedad, el sistema educativo, la empresa privada y los medios de comunicación contribuyan a incentivar la creatividad y las actividades culturales en sus diversas manifestaciones”.

Es fundamental esta disposición constitucional, ya que es necesaria la conciencia, la comprensión y disposición de todos los ecuatorianos para ejercitar con libertad sus derechos a usar, disfrutar y acceder a los bienes, servicios y diversas manifestaciones culturales que existen y se originan en el país.

Según el Plan nacional para el buen vivir, para fomentar la inclusión y cohesión social, la convivencia pacífica y la cultura de paz, erradicando toda forma de discriminación y violencia es necesario “Crear mecanismos de comunicación y educativos que promuevan el respeto y el reconocimiento de la diversidad y afirmen el dialogo intercultural y el ejercicio de los derechos

colectivos de las nacionalidades y los pueblos indígenas, afro ecuatorianos y montubios.” Este proyecto busca esos mecanismos de comunicación y educación que reconozca la diversidad intercultural de estos pueblos y tratar de alguna manera combatir la discriminación hacia ellos.

Con la creación de este espacio se pretende recuperar la identidad cultural de los montubios de la costa ecuatoriana, dando a conocer su riqueza histórica escondida y poco conocida en muchos lugares del mundo. Para esto analizamos lo que nombra el plan nacional para el buen vivir “Promover la difusión y la práctica de hábitos, costumbres y tradiciones que permitan recuperar la identidad cultural de los pueblos, siempre que estos no atenten contra los derechos, la seguridad y la vida de las personas.”

Para que este proyecto tenga una contribución a la comunidad de estos pueblos se trabajará conjuntamente con los artesanos para la comercialización de sus productos en el espacio cultural que se quiere implementar y así a su vez difundir su cultura y tradición. Como lo estipula el plan del buen vivir en su objetivo 5 “Estimular la creación, la producción, la difusión, la comercialización, la distribución, la exhibición y el fortalecimiento de emprendimientos e industrias culturales y creativas diversas, como sector estratégico en el marco de la integración regional.”

El presente proyecto se enmarca en la línea # 4 de investigación de la carrera de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y que se refiere a proyectos para la inclusión económica, social e interculturalidad porque busca afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

ANTECEDENTES

1.2.1 DATOS GENERALES DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS

Creación: 25 de junio de 1824.

Población: 3.645.483 habitantes. Fuente: S.I.N (2013)

Mujeres: 1.829.569

Hombres: 1.815.914

Capital: Guayaquil

Población: 2.350.915 Fuente: S.I.N (2013)

Mujeres: 1.192.694

Hombres: 1.158.221

Fundación: 25 julio de 1535. (1era fundación).

Independencia: 9 de Octubre de 1820.

Limites: N, provincias de Manabí y Los Ríos; S, provincia de El Oro y el Golfo de Guayaquil; E provincias de Los Ríos, Chimborazo, Cañar y Azuay; O, provincia de Manabí y el océano Pacífico. Ubicación: Suroccidente del país.

Cantones

Balao

Balzar

Bucay (Gral. Antonio Elizalde)

Colimes

Daule

Durán

El Empalme

El Triunfo

Guayaquil

Isidro Ayora

Jujanⁱ (Baquerizo Moreno)

Lomas de Sargentillo

Marcelino Maridueña

Milagro

Naranjal

Naranjito

Nobol

Palestina

Pedro Carbo

Playas

Salitre

Samborondón

Santa Lucía

Simón Bolívar

Yaguachi.

Figura # 1 Mapa de los cantones de la provincia del Guayas



Fuente: Prefectura de la provincia del Guayas.

La Provincia del Guayas, forma parte de la región costa que está ubicada en la llanura central del litoral ecuatoriano, entre el océano pacifico y la cordillera de los andes, en la que se identifican tres zonas: la baja que corresponde a los manglares y los salitrales; la de sabana, que se caracteriza por las escasas lluvias y la vegetación de trópico seco como cactus, gramíneas y ciertas especies forestales; y las planicies bajas, con abundante riesgo y vegetación. La principal arteria fluvial es el rio Guayas, y sus afluentes son el rio Daule y el rio Babahoyo que, a su vez, se alimentan de numerosos ríos menores, este sistema constituye la más importante red fluvial de la costa. El clima del Guayas está constituido por la corriente fría de Humboldt y la cálida de El Niño, por lo que es de tipo tropical de sabana y tropical monzón.

De acuerdo a la información más actualizada encontrada en el libro del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas, *Siluetas Montubias* (una aproximación a la fenomenología de la cultura montubia y sus tradiciones). Programa editorial de la dirección de la cultura gobierno autónomo descentralizado provincial del guayas. Guayaquil (2013), la provincia del Guayas siempre está en constante desarrollo y movimiento comercial, muy importante para el sustento y la economía nacional. En la producción agrícola se destacan: el arroz, caña de azúcar; sembrío de ciclos corto como maíz, soya, sorgo, frejol; oleaginosas, café, cacao, algodón, tabaco, así como cultivos frutales de banano, mango, melón; se complementa con la agroindustria de enlatados de piña y maracuyá, la azucarera, harinera, cervecera; además, la farmacéutica y cementera. En la actividad ganadera se destacan: la cría de bovinos, porcinos, y plántales avícolas, con excelente infraestructura. Las industrias camaroneras y pesqueras son importantes fuentes de ingresos. El puerto de Guayaquil, con un flujo comercial intenso, es también un factor muy importante de la economía nacional.

Entre las especies de árboles más conocidas están: ceibo, laurel, guasango, palo santo, chanul, amarillo, Figueroa, colorado, pechiche, cardo y muyuyo o pegapega, que sobreviven largas sequías; así como también los cocoteros que crecen en arenas salobres a lo largo de las playas. En el cantón Naranjal, existen zonas de manglares que se forman con desembocadura de los ríos Guayas y Naranjal, constituyéndose la Reserva Ecológica Manglares de Churute. También se tiene zonas de manglares en el Estero Salado y en el canal del Morro. (p. 21).

1.2.2 TRANSFORMACION DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS.

El Gobierno provincial del Guayas (2013), señala con respecto a la Provincia del Guayas lo siguiente:

Los habitantes de la provincia del Guayas se constituyen en un grupo humano, social, histórico y étnicamente diverso, en donde han surgido históricamente los emprendimientos económicos y culturales que han contribuido de cierto modo al desarrollo del país, y que cuenta con una tradición marítima y fluvial, agro mercantil y exportadora que han hecho que el campo y la ciudad formen parte de una unidad inseparable.

La costa de la región litoral se caracteriza y define por mares, golfo, ríos y puertos que hace de los pueblos, hombres abiertos al diálogo, y dispuestos al cambio y a la vida moderna. Sin embargo, la provincia del Guayas, en este cambio del campo a la ciudad, con esa dinámica y aporte humano de más de tres millones de emprendedores, donde hay 25 cantones y centenares de recintos y parroquias, no es actualmente lo que era antes, es importante que conozcamos ese proceso de la historia. La provincia del Guayas comprendía y abarcaba mucho más de lo que hoy vemos y tenemos. Se extendía casi toda la región litoral, de la actual provincia de El Oro hasta el norte de la provincia de Manabí, limitando con Esmeraldas.

Prefectura de la Provincia del Guayas (2013) reconoce que a pesar de que el pasado y en el presente, se han producido diferentes desmembraciones territoriales que han disminuido la gran extensión territorial, la Provincia del Guayas es la de mayor actividad económica, y la que produce y más aporta al producto interno bruto del Ecuador.

Se concluye que cada uno de los cantones de la provincia del Guayas tiene un enorme desafío, que es fortalecer las raíces identitarias, comprendiendo y reconociendo que es una provincia que se hace y se teje con diversidades socioeconómicas, urbanas, rurales, étnicas, culturales y simbólicas, donde todos seguirán siendo un colectivo humano en la que cada individuo pone su grano de arena hacia la sociedad porque ningún cantón deberá ser más que otro, sino construir un crisol de identidad y matriz que proyecta unidad, progreso, desarrollo y bienestar.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Paredes, W. & Hidalgo, A. (2005), Señalan “que en 1949, la imagen que exportaba nuestro país, era indudablemente andina, pero en la costa no existía una academia consolidada ni una intelectualidad que se dedicara a estudiar sus etnias, a pesar del grupo de Guayaquil, que desde la literatura, ya había descubierto a los montubios.”.

Nace el interés por parte de Rodrigo Chávez Gonzales (investigador folclorista) de participar en los 5tos. Juegos Bolivarianos que se realizo en Guayaquil en el año de 1965 ya que en estos juegos se presentaban todos los años con bailes Andinos logrando así presentar por primera vez un cuadro folclórico montubio dirigido por Don Guido Garay, coordinado por Don Rodrigo Chávez, quienes lograron por primera vez rescatar las costumbres y tradiciones de nuestra costa ecuatoriana.

El presente proyecto busca seguir rescatando esas costumbres a través de esta galería folclórica, concienciando a cada una de las personas para que se interese por conocer este legado de tradición y lo difundan positivamente a otros.

En la actualidad existen varias agrupaciones folclóricas costeñas entre música y danza que difunden estas costumbres plasmadas en danzas folclóricas y en teatros costumbristas, festivales y presentaciones artísticas varias, pero no se cuenta con un espacio de este tipo en la cual se pueda exponer las costumbres ancestrales, sus trajes típicos, su gastronomía, su productividad, todo lo que pueda brindar la provincia como turismo cultural.

FOMULACION DEL PROBLEMA

¿La creación de una Galería folclórica para fomentar el turismo cultural y fortalecer la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil es una propuesta económicamente viable?

1.4 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Demostrar que la implementación de una galería folclórica en la ciudad de Guayaquil es un negocio económicamente factible y que a su vez fomenta el turismo cultural y fortalece la identidad Montubia.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ❖ Analizar las tendencias actuales del turismo cultural identificando el mercado potencial para la implementación de la propuesta de turismo cultural.
- ❖ Determinar la estructura operativa óptima de la empresa.
- ❖ Desarrollar un estudio de factibilidad económica.

1.5 FORMULACION DE HIPOTESIS

La creación de una Galería folclórica fomenta el turismo cultural y fortalece la identidad montubia, por lo tanto es una propuesta económicamente viable.

1.6 CONTRIBUCION POTENCIAL DE ESTUDIO

Este proyecto contribuirá a fomentar el turismo cultural en la ciudad de Guayaquil ya que se mostrarán videos, documentales de vida diaria, demostraciones dancísticas y teatrales costumbristas para conocer las costumbres y tradiciones de la provincia del Guayas, servirá como forma de enseñanza cultural para escuelas, colegios y al turista nacional y extranjero que busca conocer las costumbres ancestrales del Ecuador, especialmente de la provincia del Guayas, ya que así llevara a su destino una mejor visión de nuestra cultura como un país multiétnico.

Contribuye directamente en lo laboral porque se requiere personal calificado en lo relacionado a las costumbres, tradiciones y cultura, e indirectamente porque se requerirá de personal quien manufacture los trajes, así como también se adquirirá artesanías hechas a mano, representativas de cada cantón para la venta directa en la galería.

CAPITULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1 MARCO CONCEPTUAL

2.1.1 DEFINICIÓN DE TURISMO

Según la OMT¹ (2005-2007) define al turismo como: "Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico."

En el presente proyecto se analiza la importancia del turismo para la galería la cual será un factor muy importante porque la visita de turistas extranjeros le dará un valor significativo a la galería ya que lo que se quiere con este proyecto es que lleven este legado de tradición y poco a poco ese concepto erróneo que muchas personas han tenido del Ecuador vaya desapareciendo.

¹ Organización Mundial del Turismo.

2.1.2 DEFINICIÓN DE TURISMO CULTURAL

Según Plandetur 2020 (2013). “El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, Mercados y Artesanías, Gastronomía, Medicina Ancestral y Shamanismo, Fiestas Populares, Turismo Religioso, Turismo Urbano, Turismo Arqueológico, CAVE – Científico, Académico, Voluntario y Educativo y Haciendas Históricas.”.

Se analiza este concepto por cuanto la galería aportará en todo sentido a fortalecer el turismo cultural ya que el visitante se sentirá partícipe de las actividades a realizar y conocerá de una forma muy fácil y divertida las costumbres y tradiciones de este grupo étnico.

2.1.3 CONCEPTO DE CULTURA

Ruiz, H. A. (2007), menciona que “Cultura es todo aquello formado por los bienes materiales, conocimientos técnicos, creencias, hábitos, costumbres, así como otras capacidades adquiridos por el ser humano.”

Portugal, M. (2007) opina que “La cultura es la base y el fundamento de lo que somos. Esta existe en nosotros desde el momento en que nacemos y es el aporte moral e intelectual de nuestros progenitores en un inicio y de nuestro entorno posteriormente.”.

Massuco, J.H. (2004) expresa que de acuerdo al Diccionario de la Real Academia (DRAE) señala conceptos que definen como “cultura” en sus varias ediciones:

Uno.- En su Edición de 1970, el DRAE define cultura con un extraño aroma de solemnidad y rancia exclusividad: “resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio de los ejercicios de las facultades intelectuales”. Una visión fundamentalmente racionalista en la que es calificativo de persona “culto” queda reservado para quienes acceden a los niveles superiores de capacitación.

Dos.- El mismo DRAE, pero en su edición de 1984, trae una definición diferente: “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social, etc.” Es decir que ya no hay personas “cultas” sino que todas de alguna manera podemos participar del calificativo, puesto que todos tenemos modos de vida, cultura.

Tres.- Cultura: una palabra capaz de desatar las más enconadas controversias. Aparecen en lenguajes, en diversas formas y acepciones: ser culto, cultura indígena, culto religioso, fisicoculturismo, cultura light, cultura alcohólica, piscicultura, lenguaje culto, culturizar, culteranismo, cultura de la violencia, etc. Podemos encontrarla en muy diversas manifestaciones. Sin embargo, y sin pretender entrar en su etimología, aparece asociada con el verbo cultivar y de manera casi subyacente con los rituales del culto religioso. Ritual y cultivo parecen ser las dos vertientes que confluyen para encontrarse en cultura: una actividad que se sacraliza para que luego florezca. Esto se aleja de las especulaciones teóricas y nos acerca a los productos de la cultura, productos del cultivo, y a la forma en que la gente consume la cosecha. De aquí podemos concluir que la cultura es observable en sus diversas manifestaciones y por lo tanto, susceptible de ser manipulada si actuamos sobre ella.

Cuatro.- Desde la creación de la Casa de la Cultura Ecuatoriana y mucho antes, hasta nuestros días, siempre ha existido de forma más o menos evidente una serie de preocupación por los procesos culturales en el país y su destino. También la Universidad Ecuatoriana entre otras instituciones no gubernamentales y organizaciones del estado, ha considerado la responsabilidad que le toca frente a la cultura y ha intentado una definición operativa, así la calificaron sus redactores en los siguientes términos: “la cultura como lo diferente y que rebasa lo natural, como una totalidad que incluye lo material y lo espiritual y como una visión del mundo. La cultura es en síntesis, una respuesta original del pueblo a su medio ambiente y a su historia.”. Massuco, J.H. (2004) (pp. 21-23).

Para entender el concepto de la palabra cultura ya que es un concepto tan amplio y difícil de entender estudiamos un poco su significado y concluimos que se define cultura a la forma de vida de cada persona de ahí se derivan todas las manifestaciones culturales que realicen cada una de ellas.

2.1.4 ANALISIS DE LA CULTURA MONTUBIA

RUIZ, H. A. (2007), Señala que:

“La cultura montubia es toda aquella forma de vida desarrollada por los campesinos de las zonas rurales de la costa, a lo largo de la historia, y del tiempo, llámese a esto la sin igual manera de vivir, de vestir, de trabajar, la vivienda, los cultivos, el entorno, el diseño de su paisaje; la crianza de animales, su domesticación, doma, y utilización de estos. El uso de herramientas distintas fabricadas por el mismo montubio, objetos, utensilios para la agricultura y la ganadería, para la pesca, la caza, su arte, su poesía, etc. Todo esto es el resultado del

proceso de adaptación en su medio, su lucha por la vida, en un medio distinto al de sus vecinos como el Cholo, y el serrano que son los más próximos, sin exageración alguna sus condiciones de vida son distintas, y sus circunstancias dan lugar a formas culturales diferentes. Inclusive, a sus coterráneos de la ciudad. Sus rasgos físicos son diferentes, y resulta que su lenguaje y acento es distinto, comparados con otros, sus hábitos y sus ideas por consiguiente. Su cultura nace con él y crece junto a él.”

El montubio tiene su cultura propia y su forma de vida es distinta a la de otras etnias, la cultura montubia se la conoce como la más trabajadora en su sociedad, que busca proteger su producción de sol a sol, ya que sin ellos el Ecuador no fuera un país tan productivo en arroz, cacao, caña, banano, etc., gracias al esfuerzo de los campesinos en su diario vivir el Ecuador es uno de los primeros exportadores de estos productos.

2.1.5 DEFINICION DE GALERIA FOLCLORICA

Según la definición abc (2007-2013) menciona en su artículo que una galería va de acuerdo al contexto en el cual se lo utilice y al uso que se le quiera dar, este término se puede referir a diversas cuestiones al mismo tiempo. Por lo general Galería se le llama comúnmente a aquellas habitaciones largas que se usan para comunicar las diferentes áreas de un edificio y también para pasear y exhibir obras de arte.

También menciona que se denomina galería a aquellos espacios destinados únicamente para la exhibición y exposición del arte en cualquiera de sus manifestaciones, aunque tradicionalmente suele ser el arte visual el más exhibido en las galerías de arte, especialmente cuando de pinturas, ilustraciones y esculturas se trata.

PicassoMio (2005) dice que “Una Galería de arte es un lugar en el que se pueden ver y comprar obras de arte de artistas emergentes, consagrados o maestros. Hay que tener en cuenta que una galería de arte no es una tienda de cuadros, sino que es un punto de encuentro donde se dan cita aquellos que aman el arte. Existen diferentes galerías de arte físicas, en las que las exposiciones se realizan en un local, o virtuales, en las que las exposiciones se realizan a través de Internet.”

Reyes, L. (2012) comenta que “Las exposiciones han cambiado a lo largo del tiempo de conceptos y de formas. El escenario cambió cuando se quiso hacer no sólo lugares de almacenamiento y exposición de las obras, para el estudio y la investigación de profesionales o para unos pocos, sino lugares de proyectos educativos y culturales. Roberto Longhi, por ejemplo, afirma que “la obra nunca está sola, siempre es una relación” y, por tanto, la exposición de arte es, en su opinión, la mejor herramienta para definir esta relación: un medio de difusión de la cultura a un público más amplio.”

2.1.7 DEFINICIÓN DE CALIDAD

Gonzales, C. (2007). En sus publicaciones menciona lo siguiente:

El concepto de calidad tomo mayor importancia por los años 50's donde aparece EDWARDS DEMING quien fue el más importante en el estudio de la calidad, se le reconoce que logro cambiar la mentalidad de los japoneses al hacerles entender que la calidad es un “arma estratégica”.

Gonzales, explica que demostrando los altos costos que una empresa genera cuando no tiene un proceso planeado para administrar su calidad, es decir el desperdicio de materiales y productos rechazados, el costo de trabajar dos o más veces los productos para eliminar defectos, o la reposición y compensación pagada a los clientes por las fallas en los mismos.

Gonzales, menciona que Deming, mejoro el círculo de calidad propuesto por Shewhart, el cual consiste en localizar el problema y atacarlo de raíz, a través de 4 etapas las cuales son “Planear, Hacer, Verificar y Actuar”.

También afirma que el Círculo de Calidad se transforma en un proceso de mejora continua, ya que se analiza cada parte del proceso para ver cuál es la problemática y esto nos ayuda a conocerlo mejor y evitar futuros errores, y una vez que se logren los objetivos del primer esfuerzo hay que seguirlo estableciendo, y no dejar de seguir el proceso.

El tema de la calidad en este proyecto juega un papel muy importante ya que se brinda al visitante productos artesanales, la cual deberán ser de calidad, para que así el producto lleve un valor agregado que es el de informar cual es su materia prima, como se laboro y quien lo hizo.

2.1.8 CONCEPTO DE SERVICIO AL CLIENTE

Bown, D. (s.f). Explica lo siguiente:

El servicio al cliente se refiere a la relación que hay entre un proveedor de productos o servicios y aquellas personas que utilizan o compran sus productos o servicios. De acuerdo a Asset Skills, es "la suma total de lo que hace una organización para satisfacer las expectativas de los clientes y producir su satisfacción". El servicio al cliente se refiere a la comprensión tanto de la naturaleza de los clientes, en el pasado, presente y futuro de la organización, de las características y beneficios de los productos o servicios que presta y el proceso transaccional completo, desde el conocimiento inicial de un cliente potencial hasta la satisfacción post-compra.

Afirma también que, la mayoría de las organizaciones tendrán más de un tipo de cliente. Ellos varían según la edad, el sexo, la personalidad y la situación económica y social. También será diferente en función de variables tales como su experiencia previa al tratar con la organización, la importancia de la compra para ellos, ya sea que estén comprando o no para sí mismos o su compañía y su nivel actual de conocimientos sobre los productos o servicios.

El servicio al cliente para este proyecto va más allá de explicarles a los visitantes que tenemos en cada stand sino de brindarles un valor agregado como: confianza, eficiencia, velocidad de respuesta, atención al detalle, la escucha, el suministro de información y el seguimiento. Así como otras variables tales como la amabilidad, el respeto, la preocupación y la autenticidad. El tipo y nivel de servicio prestado dependerá de la forma que los clientes interactúen dentro del centro cultural y sus empleados.

2.2 MARCO TEÓRICO

En este mundo de la globalización y la difusión a través de las redes sociales es de vital importancia visibilizar la identidad cultural de un pueblo para que eduque y proponga el desarrollo de los ciudadanos; es así, que el actual gobierno ha encaminado como política prioritaria el eje transversal de la cultura. Ante esta valoración a través de esta tesis se propone como necesidad la creación de un centro cultural que va a reivindicar la presencia de la cultura guayasense, a través de exhibiciones del costumbrismo Guayaco en sus diferentes manifestaciones artísticas; danzas, teatro, música, poesía, cuyo financiamiento esta previsto en todas sus partes como factible costearlo y capaz de producir buenos dividendos, circunstancias que se logran a través de la realización de varias actividades como exhibiciones, eventos artísticos en vivo debidamente analizados como parte inherente a su financiamiento. Además,

este proyecto está previsto para que contribuya en el aprendizaje de la cultura en la ciudadanía, el turismo nacional e internacional, especialmente en el sector estudiantil. Así mismo contempla la comercialización de productos artesanales elaborados con materia prima natural y textil.

2.2.1 “EL MONTUBIO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS”

DESCRIPCION:

En un estudio más a fondo de la cultura Montubia el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas (2013) señala las manifestaciones culturales del montubio de la siguiente manera:

MONTUBIO GUAYASENSE

El montubio (hombre del campo) encerrándolo en una sola palabra es una cultura luchadora que puede verse en zonas arroceras y su pujanza desde que se levanta a ordeñar hasta el caminar en los senderos con machete en mano entre sinuosos caminos.

FISONOMÍA

Los hombres del campo en su mayoría son de contextura delgada, caracterizados por su piel de varias tonalidades desde trigueño al blanco, algunos nariz aguileña y casi siempre de carácter extrovertido.

LENGUAJE

Los montubios tienen un vocabulario fluido, rápido y en algunas ocasiones hasta incomprensible, por la rapidez al expresarse, debido a su espontánea y natural característica al iniciar un dialogo. El habla o “jablao montubio”, es una construcción socio-lingüística producto del entorno geográfico-rural en donde realizan sus actividades agrarias y en estas manifestaciones orales aún perviven los arcaísmos, vulgarismos y barbarismos de la lengua castiza; porque ellos no se sienten sujetos a las normas y leyes gramaticales que rigen al idioma.

El lenguaje montubio se conserva en los amorfinos, cuentos, refranes y sentencias creados a partir del conocimiento del modo de vida que llevan dentro de la sabana litoralense y esa forma expresiva debe ser revalorada y no reprimida.

VESTIMENTA

El hombre montubio guayasense tiene una forma relajada en su vestir esto es debido a la hostilidad del clima; usan camisas abiertas de vistosos colores con pantalones cortos a media pierna, el habitual sombrero para protegerse de los soles extremos que se dan en la zona, la mujer viste zapatos de medio taco, se peina con trenzas coquetamente decoradas con cintas multicolores, realzando así la belleza de nuestras mujeres.

La ropa de uso diario del montubio para el trabajo es un pantalón viejo desgastado y zurcidos, amarrado con una tira de sogá, correa de cuero, sapán, en donde cuelga el machete; camisa de algodón interior y encima camisa mangas largas, lleva sombrero de paja tejido y en la actualidad ha dado paso a la gorra de tela. Según el lugar de trabajo utiliza botas de caucho o zapatos bajo de caucho.

La mujer en su diario vivir anda con faldón amplio y blusa manga corta; en la actualidad camisetas, se recoge el pelo con ligas o zapán, lleva sandalias o zapatos aplanados en el contrafuerte, la cara limpia no se maquilla.

Figura # 2 Vestimenta del montubio en su diario vivir



Fuente: Imagen de google.

Según el folclorista Gonzalo Freire (2012) señala que:

Se puede describir el traje típico del montubio tanto en las provincias de Manabí, Los Ríos, El Oro y del Guayas que es la provincia que se analiza, la cual son personas que viven en las montañas y ríos, de acuerdo a su rango social:

- **Mujeres aristócratas:** traje de fino acabado de las mejores telas en tonos pasteles cuyos vestidos o faldas largas llegaban hasta los tobillos, blusas de mangas cortas o largas con encaje y pedrería con pechera, grandes lazos en la parte posterior de la cintura, zapatos de tacón, sombrillas, abanicos, peinetas y tocados importados o finos sombreros de paja toquilla.

- **Mujeres de clase media.-** vestidos o faldas hasta media canilla y blusas o polcas de mangas 3 ¼ adornadas con grandes arandelas cuyas telas eran sencillas pero con grandes estampados y colores fuertes, sombreros o pastoras de paja, grandes trenzas adornadas con lazos de cinta de color.
- **Hombres de clase alta.-** lucían pantalones de blanco impecable, destacaban las tradicionales cotonas “similares a la guayabera”, sombreros tipo vaquero o tostadas elaboradas con paja fina de calidad exhibían bastones o fuetes y usaban botas de cuero, además de las tradicionales espuelas.
- **Jornaleros o peones.-** vestían pantalones y camisas manga larga de colores chillones, sombreros de paja y pañuelos al cuello.

MEDIO DE TRANSPORTE

Los medios de movilización que ha utilizado el hombre del campo para trasladarse de un lugar a otro teniendo que cruzar el monte, sabanas y lugares agrestes desde tiempos inmemorables ha sido el caballo, la mula, el burro, la carreta halada por acémilas o caminadito; como dicen ellos, que es a pie por tierra.

Pero como la geografía campestre montubia esta regada por una enmarañada red fluvial que atraviesa en todos los puntos cardinales en donde se han formado pozas, ramales y esteros. Por esta razón los montubios utilizan la balsa para desplazarse río abajo o río arriba, que es hecha de troncos del árbol del mismo nombre. Otra variedad son; la canoa de montaña, canoa ancha de tablón, la piragua o balsa de caña guadua.

El caballo y el burro han sido animales de vital importancia dentro de la casa campesina, y que alrededor de ellos gira el trabajo, producción y la diversión. El caballo es además utilizado para el arreo del ganado, amarrado a su par puesto con la yunta y arado para ir ranurando la tierra preparando el terreno para el cultivo.

Para los festejos del pueblo sean patronales o rodeos montubios se engalana al caballo poniéndole todos sus aderezos, montura de cuero, jaquina, cincha, freno y aperos. Montado el jinete en su alazán, juntos demostraran con gallardía y destreza las diferentes suertes dentro del rodeo.

CREENCIAS Y FESTIVIDADES RELIGIOSAS

El montubio es religioso, principalmente católico que mantiene su cautela y respeto al ser superior, pero en si cree mucho en Dios, teniendo todo tipo de cábalas y creencias esotéricas como el “mal de ojo”, “el trabajo o daño”, “mal bajo”, “el asustado”, “el padrejón”, etc. Ante lo cual siempre habrá una abuela pronta a realizar la tradicional “limpia”.

Ellos son devotos de su Santo Patrón, a quienes en casa colocan en un altar y le prende velas para recibir favores y milagros llamados velorios de santos, va infaltablemente los domingos a misa y a las procesiones patronales, en donde su objetivo primordial es tocar la imagen y luego persignarse; con este sencillo acto él se siente que está protegido contra el maligno. También cuelga en su cuello un escapulario y crucifijo bendecido el viernes Santo de la semana mayor.

En sus festividades se realizan grandes romerías, donde el pueblo montubio demuestra su devoción a:

- San Jacinto de Yaguachi
- Narcisita de Jesús - Nobol,
- Santa Clara, y el Cristo Negro - Daule,
- Nuestra Señora de Las Mercedes - todo el Litoral,
- Santa Rosa de Colimes,
- actualmente la devoción para el Divino Niño - Duran.

Una tradición de los montubios que se mantiene en la época navideña es de armar el nacimiento, que mantienen hasta el 6 de enero para la bajada de los Reyes. También la fe abarca aun a los criminales y cuatrerros en donde ellos expresan su creencia religiosa rezando la oración protectora del “Justo Juez” para quien el cometimiento de sus fechorías puedan salir bien logrados y que la justicia no los pueda atrapar.

TRADICIONES DEL FOLCLORE MONTUBIO.

Música y Danza

La música folclórica costeña ha sido transmitida de generación en generación, transformándola en patrimonio del pueblo y se la conoce actualmente por la tradición oral, siendo hoy parte de la riqueza cultural vernácula, la música tradicional y folclórica que es muy alegre generalmente se la escuchaba en la fiestas campesinas, en las bodas (casorios) en lo religioso (ceremonias), y en toda actividad de raigambre popular. Muchas de estas melodías se han perdido a través del tiempo, por falta de difusión y conservación. En la costa se ha podido rescatar: “Er Galope”, “Corre que te Pincho”. Er Galope (pronunciado así por el montubio) que es significativo del galopar de los caballos, la cual imita el trotar, corcovar, andar lento, ligero y a

velocidad, giros, contragiros, simulacros y competencias. Por otro lado el corre que te pincho es una tonada recogida de la zona de Yaguachi, por Rodrigo de Triana aseguro Don Guido Garay. Su ritmo es una jota, y su coreografía se danza simulando que el varón embiste a la mujer, quienes esquivan con mucha habilidad y gracia.

La música montubia está dada por los amorfinos y escrita en tonalidad menor de dos por cuatro, y sus pasos tienen nombres propios: tonada, punta, talón y puerca raspada. En sus fiestas el montubio entra en contacto con la colectividad, haciendo uso del “contrapunto” desafío de improvisador, y gala de su capacidad de poeta agudo de ingenioso.

En lo que respecta a la danza, las coreografías tradicionales montubias generalmente constan de dos figuras, en la primera, la pareja hombre y mujer, se sitúan cada uno en un extremo para dar pasos hacia la mitad del salón y finalmente regresar a sus puestos originales; mientras la segunda figura consiste en dar vuelta alrededor de la mujer por parte del hombre, con el paso del paseo y dando palmadas, con un movimiento del cuerpo de derecha a izquierda, con fuerte golpes de talón que es el paso tonada muy utilizada en todos los bailes montubios.

En la provincia del Guayas no hay una música propia es decir autóctona, como no la hay en las demás provincias de la costa, pero si tenemos una música Mestiza, y después la Ligera Popular: El pasillo y el pasacalle.

MÚSICA MESTIZA

Cuando las familias adineradas de la época colonial de la provincia, tras sus viajes a Europa, comenzaron a traer los clevecimbalos y clavicordios e instalarlos en las casas señoriales y en las grandes haciendas cacaoteras, dieron paso a una manifiesta fusión musical ya que estos instrumentos eran llevados para disfrutarlos por las familias, mientras pasaban vacaciones en campo, y es allí donde surge el aspecto musical folclórico en el litoral o costa; pues los campesinos que habían aprendido a tocar guitarra, tanto criollos como mestizos, aplicaban las piezas musicales europeas y naturalmente lo hacían “a su manera”, de acuerdo a sus sentimientos y su propio estilo; naciendo así tanto la música como la danza que se denomina mestiza. Resumen de (pp. 18 – 100).

2.2.11 JUEGOS TRADICIONALES

Por costumbres heredadas y estar aun arraigadas en determinadas zonas de la región, estas se identifican por sus festejos que trascienden mas allá de sus fronteras generando identidad cultural y el fomento del turismo. Entre las tradiciones más importantes existen los rodeos montubios, carnavales, juegos populares (palo encebado, carrera de ensacados, torneos de cintas y madrinas).

EL RODEO MONTUBIO

El rodeo montubio viene por tradición de los vaqueros del campo, en la que muestran las costumbres y habilidades adquiridas en su trabajo diario con sus ganados, el rodeo montubio es una fiesta en el cual los vaqueros participan con mucha convicción y alegría, para dejar en alto el nombre de sus haciendas o de la asociación a la que representan.

Esta festividad se la realiza el 12 de Octubre de cada año en la que se conmemora el Día de la Raza, hoy llamado Día de la interculturalidad y la plurinacionalidad.

Generalmente a estos eventos asisten equipos de vaqueros provenientes de diferentes cantones y recintos, cada quien con su reina denominada criolla bonita, la cual hoy en día las candidatas realizan acrobacias y bailes sobre el caballo para demostrar quien domina mejor a su caballo y son elegidas de acuerdo a su habilidad y carisma como criolla bonita, señorita simpatía y señorita rodeo montubio.

Imagen # 1 Rodeo montubio en salitre, presentación de las haciendas.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

Imagen # 2 Elección “criolla bonita.” Imagen # 3 Elección “señorita rodeo montubio.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

Fuente: Autor Vanessa Rojas.

PELEA DE GALLOS

Es una de las costumbres más arraigadas en varios cantones montubios de la provincia del Guayas. Se efectúan los fines de semana durante todo el año o en las festividades del 25 de agosto y 12 de octubre, en los coliseos o en galleras, en donde los asistentes dan el color de la euforia y las apuestas a sus animales favoritos, son cientos los aficionados que con seriedad apuestan al azar, de allí nace la frase muy conocida “palabra de gallero no debe faltar”. Decenas de gallos finos listos entrenados por sus dueños, luciendo bonito corte de plumaje y desafiantes espuelas, los animales primero son sometidos a balanza para su respectivo peso.

Parte de esta tradición no solo es llegar a la participación sino que va mas allá de ello con la crianza y entrenamiento de sus animales, la misma que constituye una expresión folclórica de la cultura provincial.

Imagen # 4 Pelea de gallo.



Fuente: Imagen de google.

2.2.13 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS CANTONES PRINCIPALES COMO TURISMO CULTURAL DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS

Parte de esta investigación se realizó en base a la página web del Gobierno provincial del Guayas. (2013), en esta sección se mostrará un poco de lo típico que tiene cada cantón pero agrupados en rutas turísticas, en el cual la prefectura del Guayas las ha dividido de esta manera para poder apreciar de una manera más organizada lo que tienen en común cada uno de ellos; su importancia productiva, gastronómica, turismo cultural y festividades. Se considera importante el estudio de los sitios turísticos de los cantones que brindan como turismo cultural, ya que en la galería se tendrá una sección en donde se mostrará videos para promocionar estos sitios a los turistas nacionales e internacionales que lo visiten. Como turismo cultural se detalla lo siguiente:

La Ruta de la Aventura involucra a los cantones de: Bucay / El Triunfo / El Empalme

Figura # 3 Ruta de la aventura



Fuente: Prefectura del Guayas.

A una hora de la ciudad de Guayaquil en carro particular, en un recorrido que atraviesa una zona de abundante vegetación, se llega al Cantón El Triunfo, aquí se encuentra desde haciendas turísticas, hasta comunidades como el Guabito, donde se elaboran sus artesanías en sapán (corteza del tallo del banano).

A 35 minutos de El Triunfo está General Elizalde, Bucay, con otras haciendas turísticas como La San Rafael, y el Bosque protector “La Esperanza”, con una gran oferta de ecoturismo, turismo de aventura, avistamiento de aves, etc. Teniendo como la producción Agrícola, Avícola, Cañicultura y Ganadera. En su Gastronomía por ser un punto de encuentro entre la sierra y la costa se ha generado una fusión entre lo que destaca la fritada, el seco de gallina, la guatita y llapingacho. Una actividad relacionada al turismo cultural es la visita a algunas haciendas de la zona para la práctica del agroturismo, también una de sus costumbres son las peleas de gallos, en las festividades del 12 de octubre y 25 de agosto, se acostumbra por tradición concurrir al coliseo de gallos para presenciar las peleas, que conllevan interesantes apuestas entre los asistentes, así como también se puede disfrutar del Rodeo montubio en este parte de la provincia del guayas. Dentro de sus festividades está la celebración de la cantonización el 9 de noviembre, se realizan una serie de eventos como la Feria de la Lolita en donde se rescatan la cultura montubia. En julio en honor a

Nuestra Señora del Carmen se realiza una cabalgada que atrae a los hacendados de la zona.

Figura # 4 Ruta de la Fe.



Fuente: Prefectura del Guayas.

La ruta de la Fe involucra a los cantones de: Durán / Yaguachi / Nobol Daule / Guayaquil

La riqueza Cultural que esta ruta ofrece es una gran variedad de oportunidades turísticas que no solo se centralizan en la parte religiosa. Cabe recalcar, que no existe manera de comercializar la fe como tal. Sin embargo, vale la pena enfatizar y presentar al turista la amplia variedad de actividades y productos turísticos a su disposición que parten de la fe religiosa y devoción de los habitantes de los cantones que conforman parte de esta Ruta. El Guayas es la única provincia del país que cuenta en su haber con 2 hermosas catedrales en 2 de los cantones que constituyen la Ruta de la Fe, los cuales son: Guayaquil, con su hermosa Catedral y Yaguachi, con la Catedral de San Jacinto.

El arte arquitectónico que contienen las iglesias de esta ruta, son también un gran atractivo para los visitantes, sin dejar atrás los innumerables mitos y leyendas, cuentos y anécdotas, que han cautivado a pobladores por años, haciéndolos parte de su diario vivir e incluso convirtiéndolos en parte de la herencia que transmiten a las futuras generaciones.

- ✚ En Durán el santuario del Divino Niño ofrece los 25 de cada mes una misa especial y el 25 de diciembre la procesión del Divino Niño. En su gastronomía se encuentra la fritada como costumbre típica de sus habitantes y visitantes.
- ✚ En Nobol existe una tradición que ha venido de generación en generación y es el Santuario Narcisa de Jesús (Sepulcro de la Santa Narcisa de Jesús), en la cual asisten visitantes de todas partes a conocer su historia y tradición.
- ✚ En Yaguachi está la Catedral de San Jacinto de Yaguachi donde es costumbre de muchos visitantes celebrar las fiestas de San Jacinto de Yaguachi (Fiesta popular donde se mezcla lo pagano con lo religioso), las diferentes actividades organizadas toman lugar en diversos barrios y ciudadelas de la Parroquia, y la procesión con la imagen de San Jacinto se realiza por las calles de la población. Hay festejos populares como quema de castillos, fuegos artificiales, bailes colectivos y también una feria donde se comercializan todo tipo de artículos religiosos conmemorativos de la fiesta y además de una gran variedad de alimentos y bebidas, entre los que sobresale la Feria del Dulce.

Figura # 5 Dulces de Yaguachi.



Fuente: Autor Vanessa rojas

La Ruta del Cacao involucra a los cantones de: Naranjal / Balao

Figura # 6 Ruta del Cacao.



Fuente: Prefectura del Guayas.

El cacao es el símbolo de nobleza y prosperidad económica que constituye la identidad de nuestra tierra fértil desde tiempo atrás, es el nombre que hoy se da a la ruta en mención por sus características de producción y vegetación exuberante.

En esta ruta encontramos al Cerro de Hayas, que está asentado en la cordillera Molleturo, en el recinto El Aromo, a 4 kilómetros de la cabecera cantonal, que posee siete chorreras formadas por cristalinas vertientes. Más adelante encontramos haciendas, como las "Cañas" y "Jambelí", que por su producción agrícola, son el deleite de turistas que desean conocer productos de exportación como el cacao y banano. Se puede visitar las empacadoras, pasear a caballo o deleitarse de la exquisita gastronomía, como patacones con cuajada, acompañados del jugo puro de cacao, seco de guanta con trozos de yuca ó un encebollado de cangrejo en el parador de comidas de Naranjal. A la altura de la parroquia rural Balao Chico, a 8 Km. de la carretera principal Naranjal- Balao, está ubicada la comunidad Shuar, un sitio de esparcimiento y relajación con sus aguas termales. Transitar por el camino Real del Inca, en el

cantón Naranjal; descansar en las playas de agua dulce en el cantón Balao, ó recorrer paisajes increíbles a través de áreas de manglar en la parroquia rural de Tenguel, son otras alternativas que se ofrecen al visitante.

- ✚ Balao ofrece un sitio de esparcimiento y relajación con sus aguas termales, transitar por el camino Real del Inca, recorrer paisajes a través
- ✚ de áreas de manglar.
- ✚ En Naranjal se realiza actividades de agroturismo en la Hacienda Jambelí, y para conocer la artesanía gastronómica esta la Hacienda Cañas (Elaboración de chocolate artesanal y de exportación)

La Ruta del Arroz involucra a los cantones de: Lomas de Sargentillo / Isidro Ayora / Pedro Carbo / Daule / Santa Lucía / Palestina / Colimes / Balzar/ Salitre / Samborondón.

Figura # 7 Ruta del Arroz.



Fuente: Prefectura del Guayas.

Los cantones que conforman la Ruta del Arroz son de un clima cálido tropical y de gente amable, que guardan una riqueza artesanal ancestral en confección de hamacas de mocora tejidas a mano, la elaboración de escobas en fibra vegetal, preparación de dulces y manjares. En sus playas se puede degustar de un delicioso bollo de pescado de agua dulce, las humitas, el seco de pato y gallina criolla, la cazuela de camarón y de pescado de río, torrijas de

choclos. Así también, el catar de una placentera repostería nativa como: la malarrabia (dulce de plátano maduro), torta de camote y de fruta de pan, mazamorra, etc. En la intersección llamada “La T” en Salitre también es muy apetecida la crema de leche, una bebida elaborada a base de leche y un producto denominado Amarillo huevo que le da el sabor.

- ✚ En Samborondón, se disfruta de verdes paisajes sembrados de cultivos de arroz, donde la alfarería, la construcción de canoas y la producción de rosquitas artesanales en fogones de leña, artesanías en barro son los nuevos atractivos en el malecón a orillas del río Babahoyo. En su parroquia urbana La Puntilla, están los mejores restaurantes, bares, centros comerciales y áreas de esparcimiento, además del Parque Histórico Guayaquil que guarda las costumbres y tradiciones montubias de antaño.

- ✚ Por las Riberas del Daule”, los cantones de Balzar, Colimes, Palestina, Santa Lucía y Daule, son el complemento de historia, producción pecuaria y agrícola que poseen diversos balnearios de agua dulce asentados en las márgenes del río Daule. Estos cantones son ideales para descansar y degustar delicias lácteas.

- ✚ En Lomas de Sargentillo se encuentra las hamacas de paja macora (La mocora es una fibra como la paja toquilla), la casa de los Dulces y Manjares, piladoras de arroz (Más de 15 piladoras).

- ✚ En Isidro Ayora se degusta de tortillas artesanales de la Tía Manuca (Tortillas de maíz cocinadas en horno de leña

- ✚ En Pedro Carbo se encuentra la venta de artesanías en fibra de sapán (corteza del tallo del banano).

- ✚ Salitre es considerada la capital montubia donde ofrece el mayor festejo el 12 de Octubre con el Mejor Rodeo Montubio y la venta de los tan conocidos sombreros de salitre, elaborados con cuero de vaca. En sus playas se puede degustar de un delicioso bollo de pescado de agua dulce, las humitas, el seco de pato y gallina criolla, la cazuela de camarón y de pescado de río, torrijas de choclos. En la Hacienda Destino con estilo vernáculo que ofrece una experiencia de antaño como sus costumbres, tradiciones y leyendas.

- ✚ En Balzar también se encuentra Rodeos Montubios y en su gastronomía la Chucula (Bebida de maduro con leche y canela), la Cuajada (Queso fresco).

- ✚ En Colimes como historia está la Casa de la familia Quijije (Una de las viviendas más antigua de la Provincia del Guayas, con 100 años de construcción), y en la Hacienda Rosa Herminia se realiza actividades de agroturismo.

- ✚ En Palestina como turismo religioso esta la Iglesia de San Bartolomé y Cristo crucificado (Iglesia que se quemó hace 10 años, pero quedó intacta la imagen de Cristo crucificado, por lo que los habitantes veneran esta imagen).

- ✚ En Santa Lucía encontrar la Iglesia de Santa Lucía que posee una campana en la Iglesia creada en 1880 y fabricada en Guayaquil, es remontarse a la historia porque tiene libros de bautizo desde el año 1820 hasta 1830.

La Ruta del Azúcar involucra a los cantones de: Jujan / Simón Bolívar / Milagro/ Naranjito / Marcelino Maridueña / Bucay.

Figura # 8 Ruta del Azúcar.



Fuente: Prefectura del Guayas.

- ✚ A pocos minutos de Guayaquil, el cantón San Francisco de Milagro presenta como característica principal, los cultivos en caña de azúcar, frutas tropicales; como la piña y una gran variedad de plantas ornamentales, que se pueden obtener en los diferentes viveros, como el de la familia Donoso, o los asentados a los bordes de la carretera que nos conduce al cantón Naranjito.
- ✚ Más adelante se encuentra Bucay, el cantón donde sus habitantes ven en el turismo una fuente importante de sustento. Así, además de realizar actividades de ecoturismo, se puede visitar los trapiches y ver la producción artesanal de la caña de azúcar y su transformación en aguardiente, panela, confites entre otros.
- ✚ En el cantón Jujan, se puede deleitar con la exquisita fritada. Pasando por túneles naturales, formados por frondosos árboles, se llega al cantón Simón Bolívar y Marcelino Maridueña, sitios ideales para visitar y apreciar diferentes haciendas y conocer barrios muy antiguos donde sus habitantes ya marcados por el tiempo, cuentan sus historias.

2.3 MARCO REFERENCIAL

En el país y específicamente en la ciudad de Guayaquil, no existen un centro cultural que exhiba las costumbres y tradiciones del pueblo montubio. Generalmente las costumbres y tradiciones del pueblo montubio se encuentran en ferias, exposiciones y eventos ocasionales. En otros países de la región se pudo encontrar El Museo de trajes Regionales de Colombia cuya idea se apega a la que se tiene con este Centro Cultural en Guayaquil. A continuación una breve reseña y muestra de lo que brinda este museo de trajes Regionales:

Jimenez, E. (publicado Marzo 2013), el Museo de Trajes Regionales de Colombia es un espacio para el conocimiento, valoración, rescate y difusión del patrimonio cultural del país.

El Museo expone en la sede trajes populares campesinos usados hasta 1.950 aproximadamente, trajes de comunidades indígenas vivas, así como diversas colecciones de artes tradicionales.

Se puede visualizar su indumentaria clasificada en secciones de acuerdo a sus regiones:

Figura # 9 Andina y Orinoquía



Fuente: Museo de trajes regionales.

Figura # 10 Comunidades Indígenas Trajes de uso diario y rituales de comunidades indígenas.



Fuente: Museo de trajes regionales.

Figura # 11 Costa Atlántica y Pacífica

Trajes y accesorios utilizados por los pobladores de la Costa Pacífica y Atlántica.



Fuente: Museo de trajes regionales.

Figura # 12 Labores de Aguja. Técnicas de tejidos realizados con aguja como bordados, crochet, tejido de punto, encaje de bolillo, frivolidad y punto de red.



Fuente: Museo de trajes regionales.

Figura # 13 Manuela Sáenz. Réplicas de los trajes utilizados por Manuelita Sáenz.



Fuente: Museo de trajes regionales.

La sede del Museo de trajes regionales, queda ubicada en el centro histórico de Bogotá, en la calle sur oriental de la Catedral, en terrenos que fueron adjudicados desde la fundación de Santa fe de Bogotá a españoles prestantes.

En la segunda mitad del siglo XX la Fundación Universidad de América la adquirió y desde 1.972 alberga las colecciones del Museo de Trajes Regionales de Colombia. El museo tiene la Sala Manuelita Sáenz, un espacio evocador de su vida, en donde exhibe réplicas de sus trajes.

2.4 MARCO LEGAL

Para obtener el Certificado de Registro y Licencia Única de Funcionamiento de la Galería folclórica se tendrá que presentar una solicitud al Ministerio de Turismo o a la Dirección Regional Correspondiente.

En la que se tendrá que presentar la siguiente documentación para efectuar la solicitud:

RUC (Registro Único de Contribuyentes).

Para el Registro Único de contribuyentes se constituye el número de identificación de todas las personas naturales o sociedades que sean sujetas de obligaciones tributarias mediante el certificado del RUC. Las personas naturales o sociedades que sean sujetas a estas obligaciones tributarias, tienen dos obligaciones con el Servicio de Rentas Internas:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento con el cual se podrá realizar transacciones comerciales de las artesanías y trajes típicos en forma legal.
- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en el mismo.

Inscripción a la Superintendencia de Compañía.

El Ministerio de Turismo dispone que “Si la compañía ha incluido en el nombre con que vaya a girar las palabras “turístico”, “turismo”, o cualquier otra derivada de ellas, sola o asociada con las palabras “parador”, “nacional”, “provincial”, “regional”, “servicio”, “transporte” y otras típicamente inherentes al sector turístico, se deberá obtener la autorización correspondiente del Ministerio de

Turismo para el registro y uso de tales términos, en razón de ser reservados para las dependencias oficiales de turismo. Así lo dispone el Art. 51 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico”

Registro en el Ministerio de Turismo para la Implementación de proyecto.

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Único de Contribuyentes.
- Fotocopia de la cédula de identidad, ecuatoriana o extranjera.
- En caso de cambio de propietario el contrato de compra – venta con la actualización de utilizar la razón social.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual (IPEI), de no encontrarse registrada la razón social (Ministerio de Comercio Exterior)
- Patente Municipal
- Permiso sanitario, se obtiene al presentarse en la Administración Zonal respectiva.
- Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrada en el juzgado de inquilinato.
- Lista de precios de los diferentes servicios a ofertarse (original y copias) El Ministerio de Turismo delegará a una persona, la cual visitará el establecimiento o museo y hará la categorización, de acuerdo a esta se pagará una cantidad de dinero.

Afiliación al CAPTUR

La Cámara Provincial de Turismo dispone que “Si la compañía va a emprender en actividades turísticas es preciso alcanzar su afiliación a la Cámara Provincial de Turismo que, en razón del domicilio principal de la compañía, sea la competente para tal afiliación. Así disponen los artículos 4 y 25 de la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional.

Se debe llenar el formulario de solicitud a la CAPTUR, y entregarlo con los siguientes documentos:

Personas Naturales

- Copia del RUC.
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
- Copia de la Cédula de Identidad del representante legal.
- Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado).

Personas Jurídicas

- Copia del nombramiento de Gerente o Presidente.
- Copia del RUC.
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo.
- Copia del último aumento de capital (si hubiese alguno)
- Copia de la Escritura de constitución de la compañía.
- Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado)

Copia del Nombramiento del representante legal de la empresa

Persona que legalmente es reconocida como responsable de los derechos y obligaciones de la empresa.

CAPITULO III

3.1. METODOLOGÍA

Canavos, G. C, (2013), nos explica los métodos y la aplicación de técnicas de investigación, y según el presente proyecto se aplica lo siguiente:

3.1.1 Métodos de Investigación

Se desarrollará el método de investigación inductivo-deductivo. En el cual se investigó que la inducción es un proceso que va de lo particular a lo general y la deducción es un proceso que va de un principio general ya conocido para inferir de él consecuencias particulares. Entonces este método consiste primero en buscar un problema para luego encontrar una posible solución o resultado.

Se empleará este método que nos dará como resultado el universo de estudio poblacional de campo, y que se lo representa en un tamaño de muestra de investigación, también analizará las características del perfil y comportamiento del visitante a la galería. Con la base de un informe de investigación, usando el método inductivo-deductivo.

3.1.2 Tipo de Investigación

Este proyecto tendrá como base la investigación descriptiva, que consiste en especificar las propiedades importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Morales, 2010).

Este tipo de investigación permitirá medir y evaluar diversos factores del fenómeno a investigar. Este procedimiento ayudará a conocer las necesidades de los turistas, el por qué eligen un destino, si esperan un servicio de calidad en todos los establecimientos o en cuales no, qué actividades les gustaría realizar en la provincia del Guayas una vez especificado y conocidos los puntos turísticos más representativos de ella, etc.

3.1.3 Técnicas de la investigación

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación, porque integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación.

La técnica pretende los siguientes objetivos:

- Ordenar las etapas de la investigación.
- Aportar instrumentos para manejar la información.
- Llevar un control de los datos.
- Orientar la obtención de conocimientos.

En cuanto a las técnicas de investigación, se estudiarán dos formas generales: técnica documental y técnica de campo.

La técnica documental permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia.

La técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.

Se utilizara la técnica documental con la realización de encuestas a la población, y entrevistas a entendidos en el tema de cultura y de lo que se quiere realizar.

3.1.4 Enfoque de la Investigación

La investigación a realizarse consiste en un estudio cualitativo y cuantitativo en el cual se utilizarán fuentes bibliográficas, encuestas y entrevistas las cuales nos ayudarán a conocer las necesidades actuales y dar a conocer el verdadero valor histórico, y el fortaleciendo de la cultura montubia y chola en la provincia del Guayas.

3.1.4.1 Método Cualitativo

Este método nos servirá para conocer el auge turístico que pueda tener Guayaquil y la preferencia por el turismo cultural por parte de los visitantes nacionales como extranjeros.

3.1.4.2 Método Cuantitativo

En método nos servirá para emplear las técnicas específicas para la recopilación de información, tales como: la observación, encuestas, entrevistas y así conocer el impacto en la economía local del desarrollo del turismo cultural.

3.1.5 Instrumentos y técnicas de Investigación

3.1.5.1 Encuestas.

Dado el tipo de investigación se realizarán encuestas debido a su amplia difusión y alcance es de uso muy útil para recopilar información y opiniones vertidas acerca de los cuales las personas logren manifestar en base a su propia experiencia y conocimientos.

Se utilizara encuestas cerradas y de opción múltiple para dar más facilidad y rapidez a la encuesta y siendo así más efectivo su resultado.

3.1.5.2 Entrevistas.

Para el presente estudio se realizarán entrevistas sobre la idea del proyecto a entendidos en el tema folcloristas, representantes de la cultura en el ministerio de la cultura para así dar un valor representativo e importante en carácter cultural a este proyecto y esperando que su resultado sirva de mucha importancia para la mejora de nuevas ideas y de la gestión calidad en pro de turismo cultural.

Método investigación acción práctica busca resolver problemas prácticos y la creación de conocimiento a través de esos mismos problemas y en colaboración con los participantes. (Williamson, 2002).

3.1.6 Investigación de Mercado

3.1.6.1 Tamaño de Muestra

Tomando en consideración para determinar el tamaño de la muestra, se debe identificar si el universo es finito o infinito; para el proyecto se seleccionó como universo finito a la población de Guayaquil, personas con edades entre los 15 a 64 años de edad, el cual cuya estadística es de 1.501.930 personas entre mujeres y hombres. (S.I.N, 2010).

3.1.6.2 Cálculo de la muestra.

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

Donde las variables son:

- n= tamaño de la muestra
- Z = nivel de confianza (95%) que es igual a 1.96
- U = Universo es el número de personas en el rango de 15 a 64 años.
- p= Probabilidad de éxito (0.5)
- q=Probabilidad de fracaso (0.5)
- e= Margen de error (0.08)

Estructura de la formula:

$$N = \frac{1.501.930 * (0.50*0.50)}{(1.501.930 - 1) (0.08/1.96)^2 + (0.50*0.50)}$$

$$N = \frac{1.501.930 * 0.25}{(1.501.929) (0.0457)^2 + 0.25}$$

$$N = \frac{375.482,5}{3.136.76 + 0.25}$$

$$N = \frac{375.482,5}{3137.01}$$

N= 119. Personas a encuestar.

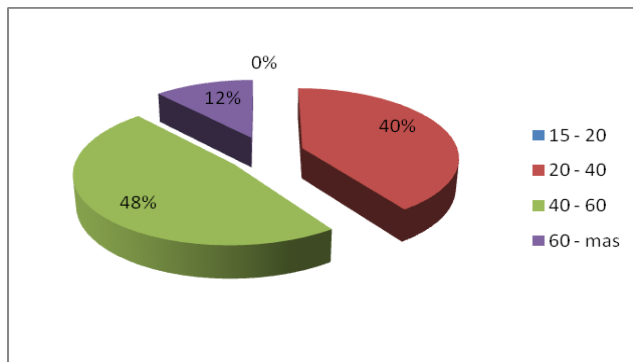
La formula da como resultado que se deberá encuestar a 119 personas, las cuales estarán en un rango de edades entre 15 a 64 años, ya que se considera que este rango de edades puede estar interesado en visitar este tipo de lugares; conocer las costumbres y tradiciones de este grupo étnico.

3.2 ANALISIS DE RESULTADOS

Tabla # 1 EDADES DE LOS ENCUESTADOS.

Edad	Cantidad
15 – 20	0
20 – 40	48
40 – 60	57
60 - mas	14

GRAFICO # 1 TABULACION CIRCULAR DE EDADES DE LOS ENCUESTADOS.



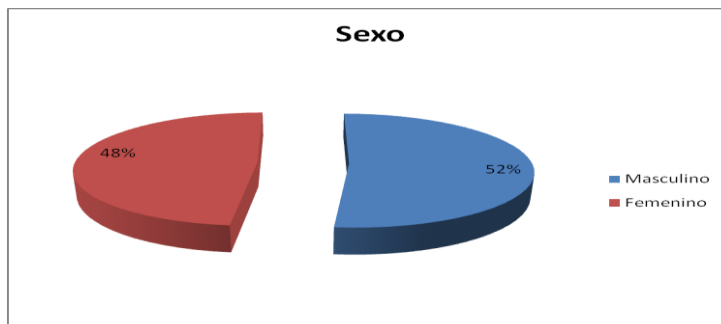
Interpretación: La mayor parte de los encuestados fueron personas entre 40 a 60 años, lo cual benefició a la investigación ya que tienen un criterio más formado y en su mayoría forman parte de un hogar la cual tienen independencia económica en la que ya buscan realizar viajes por turismo.

Fuente: Autor Vanessa Rojas

Tabla # 2 SEXO O GENERO DE LOS ENCUESTADOS.

Sexo	Cantidad
Masculino	63
Femenino	59

GRAFICO # 2 TABULACION CIRCULAR DE SEXO O GENERO DE LOS ENCUESTADOS.



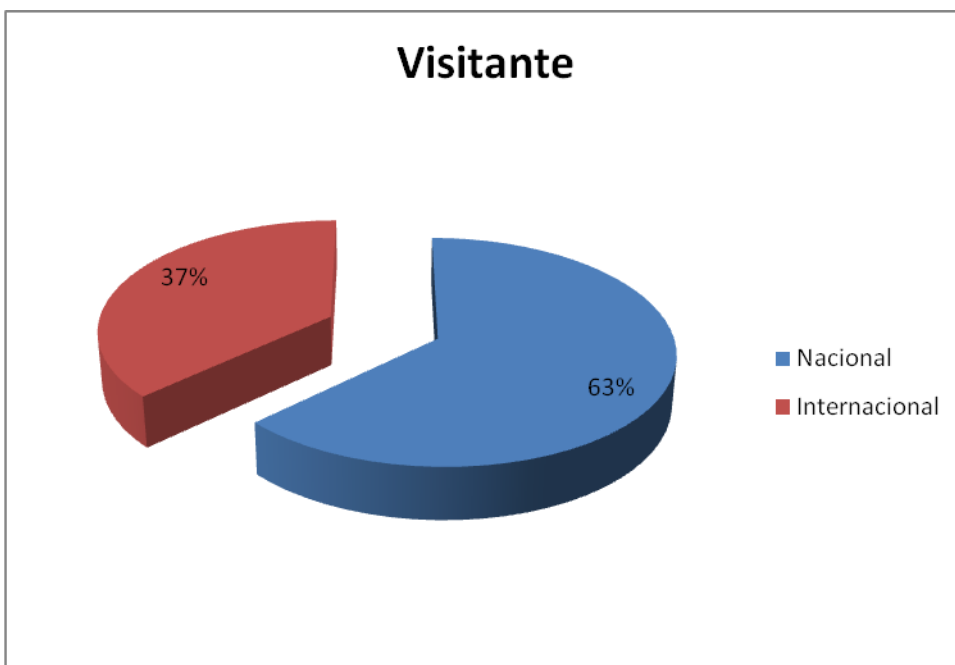
Interpretación: La encuesta nos da como resultado que la mayor parte de los encuestados fueron de sexo o género masculino, teniendo en un 52% Masculino y 48% Femenino.

Fuente: Autor Vanessa Rojas

Tabla # 3 VISITANTES NACIONALES O INTERNACIONALES.

Visitante	Cantidad
Nacional	75
Internacional	44

GRAFICO # 3 TABULACION CIRCULAR DE CLASE DE VISITANTES ENCUESTADOS.



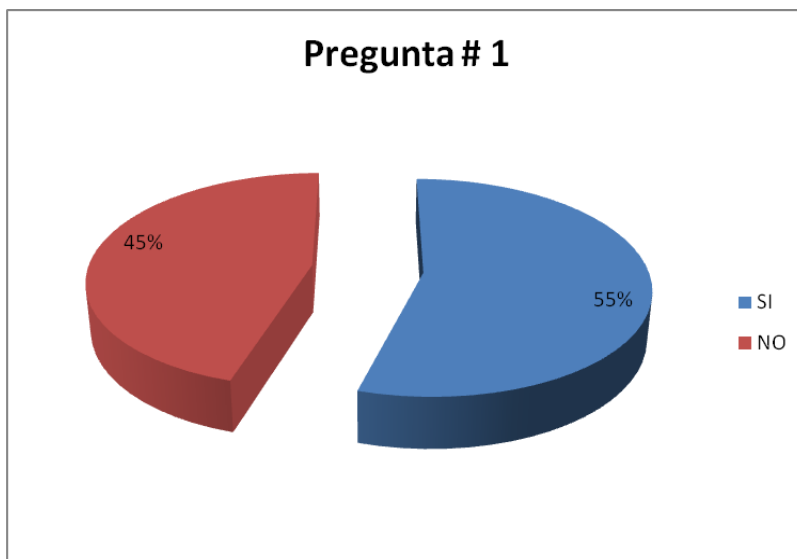
Fuente: Autor Vanessa Rojas

Interpretación: En el grafico #3 se puede observar que los encuestados Nacionales tienen la mayor parte con un 63%, mientras que un 37% son extranjeros visitantes al momento de realizar la encuesta

Tabla # 4 PREGUNTA #1 ¿Es originario de la provincia del Guayas?

PREGUNTA # 1	Cantidad
SI	65
NO	54

GRAFICO # 4 TABULACION CIRCULAR DE LA PREGUNTA # 1.



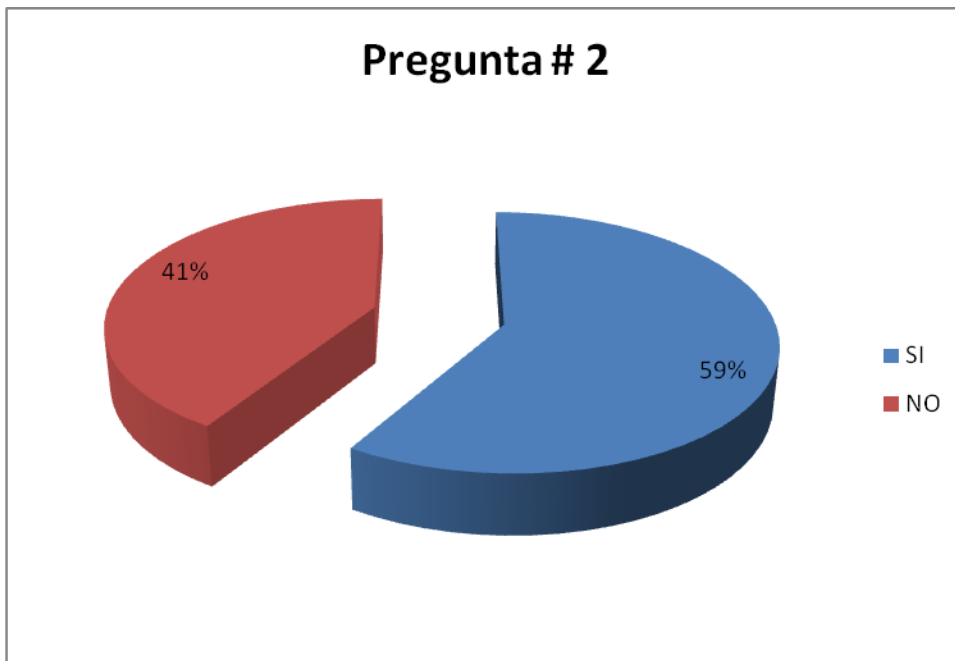
Fuente: Autor Vanessa Rojas

Interpretación: Analizado la primera parte de la encuesta se aprecia que la mayor parte de los encuestados fueron nacionales, de los cuales un 55% de ellos son originarios de la provincia del Guayas, y un 45% no lo son.

Tabla # 5 PREGUNTA #2 ¿Conoce usted las costumbres y tradiciones de los pueblos de la provincia del Guayas?

PREGUNTA # 2	Cantidad
SI	70
NO	49

GRAFICO # 5 TABULACION CIRCULAR DE LA PREGUNTA # 2.



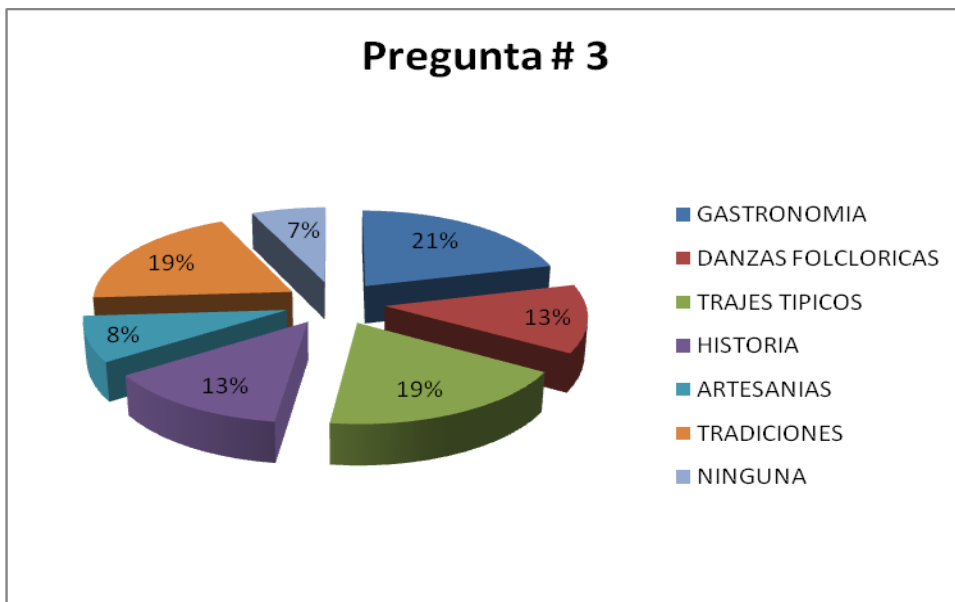
Fuente: Autor Vanessa Rojas

Interpretación: Realizado el análisis de la pregunta anterior, se concluyo que los encuestados fueron originarios de la provincia del Guayas, el cual en un 50% los encuestados contestaron que si conocen las costumbres y tradiciones y en un 41% no originarios de la provincia del Guayas respondieron no a la pregunta realizada.

Tabla # 6 PREGUNTA # 3 ¿Cuál de estas manifestaciones culturales conoce usted?

PREGUNTA # 3	Cantidad
GASTRONOMIA	25
DANZAS FOLCLORICAS	15
TRAJES TIPICOS	22
HISTORIA	16
ARTESANIAS	10
TRADICIONES	23
NINGUNA	8

GRAFICO # 6 TABULACION CIRCULAR DE LA PREGUNTA # 3.



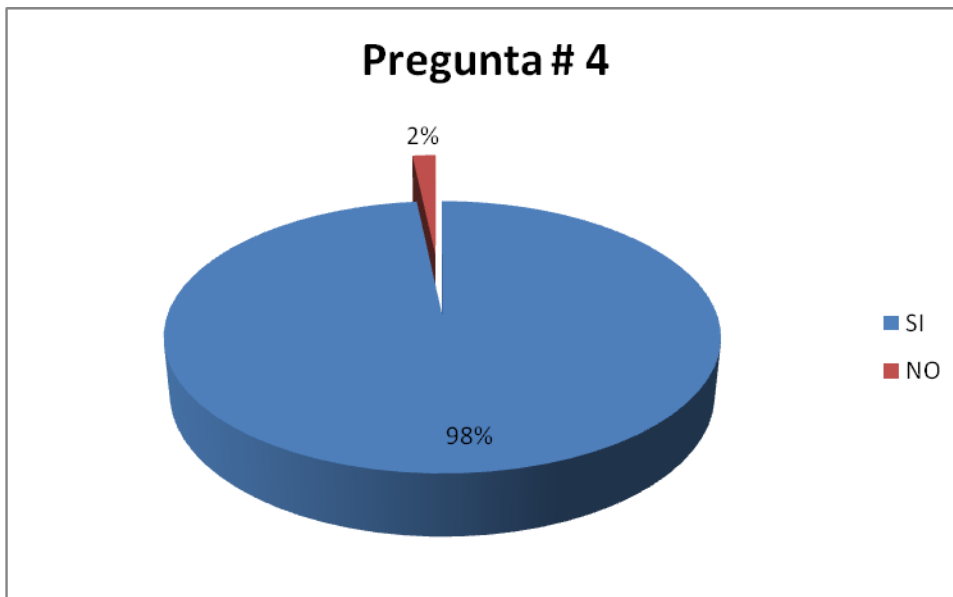
Fuente: Autor Vanessa Rojas

Interpretación: En este grafico se analizan las manifestaciones menos nombradas por los encuestados ya que se tomará de referencia para poner más énfasis en la realización de la idea del proyecto. Se pondrá más atención en mostrar las artesanías ya que tuvo un 8%, en la historia y en las danzas folclóricas con un 13%. Y se analiza el porqué un 7% menciono que ninguna, porque se pudo constatar que aquellas personas respondieron todo no porque no es de su agrado responder a encuestas.

Tabla # 7 PREGUNTA # 4 ¿Si existiese un lugar que reúna estas manifestaciones para que usted las pueda conocer mejor, lo visitaría?

PREGUNTA # 4	Cantidad
SI	117
NO	2

GRAFICO # 7 TABULACION CIRCULAR DE LA PREGUNTA # 4.



Fuente: Autor Vanessa Rojas

Interpretación: Se observa que en un 98% de los encuestados estaría de acuerdo en visitar el centro cultural para el aprendizaje más profundo de las costumbres y tradiciones de los montubios de la provincia del Guayas. En cuanto al 2% que respondió que no lo visitaría, lo relacionamos al análisis de la pregunta anterior.

CAPITULO IV

ANALISIS DEL MACRO ENTORNO

4.2 PLAN DE MARKETING

Análisis P.E.S.T.

Analizaremos el Macro entorno para determinar los factores que beneficiaran a nuestro proyecto y a las empresas en general actualmente. Cuyos factores son:

4.2.1 FACTOR POLÍTICO

Analizando la ley de turismo (2002) se pone en consideración los principios de la actividad turística ya que tiene puntos importantes para la marcha de este proyecto, la cual expresa lo siguiente:

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país;

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Es importante tomar en cuenta es que la campaña para incentivar el crecimiento del turismo en el país, con el nuevo slogan “Ama la vida”, así como también es una buena iniciativa del gobierno provincial del Guayas crear Rutas turísticas como la Ruta del Arroz, la Ruta del Cacao, la Ruta de la Fe, la Ruta del Pescador, la Ruta del Azúcar, la Ruta de la Aventura, en la cual está dividida por los cantones y sus actividades en común, este proyecto se encamina a promocionar estas rutas turísticas como turismo cultural.

4.2.2 FACTOR ECONÓMICO

La moneda oficial en el Ecuador es el dólar de Estados Unidos, que en 2000 sustituyó al sucre, anterior divisa oficial. 1 dólar (US\$) = 100 céntimos. Se emiten billetes de 100, 50, 20, 10, 5, 2 y 1 dólar, y monedas de 1 dólar y 50, 25, 10, 5 y 1 céntimo.

Para hacer el cambio de moneda, si el visitante proviene de otro país que su moneda es diferente al dólar, se debe hacer el respectivo intercambio en los bancos y casas de cambio para mayor seguridad, porque existe un mercado negro tentador, pero ilegal, por lo que es mejor evitar acudir a él.

La economía con el Dólar abre las puertas al comercio internacional, debido a que es la más utilizada en el mundo, por lo cual solo los turistas Europeos tienen que cambiar los euros a dólares, esto es una ventaja para ellos, ya que el euro está sobre el dólar.

Es un factor fundamental reconocer que el turismo representa parte de los ingresos más altos que tiene el país en la actualidad, Siendo en la tabla de ingresos entre el petróleo, banano, cacao y flores el mayor y mejor exportador. Así como también es bueno recalcar que Corporaciones financieras públicas como la CFN otorgan préstamos a los inversionistas nacionales que desean impulsar negocios relacionados con el turismo, es indudable el mejoramiento de los ingresos económicos que se han incrementado por el turismo en los últimos años lo que brinda confianza para que más inversionistas incursionen en este mercado.

En el folleto del Ministerio de Turismo, La experiencia turística en el Ecuador (2011) da a conocer lo siguiente:

El gasto promedio que un turista extranjero en el país realiza asciende a USD \$1.000, el cual se estima una estadía promedio de 14 noches, mientras que el gasto turístico promedio del turista nacional asciende a USD \$94 con una estadía promedio estimada de 3 noches.

El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) ascendió a 849,7 millones de dólares en el año 2011, es decir, 35,69% de incremento con respecto al ingreso registrado en el 2007. Mientras que los empleos directos registrados en la industria turística se incrementaron en el 34,75% durante el período 2007-2011, al pasar de 75.198 a 101.329.

Para el factor económico de este proyecto tomamos en consideración en cierto modo el análisis de lo que genera el turismo en el Ecuador para tener un conocimiento más claro de que el turismo influye bastante y hay que saber aprovecharlo y explotarlo de una manera consciente.

4.2.3 FACTOR SOCIAL

En el folleto del Ministerio de Turismo, La experiencia turística en el Ecuador (2011), en el mismo artículo se puede analizar el factor social que beneficia de cierto modo a nuestro proyecto:

Durante el período 2007-2010, se registró un incremento paulatino de entradas de extranjeros al Ecuador, pasando de 937.487 en 2007 a 1'140.978 en 2011 con una variación de 21,7% en el período.

Las ciudades preferidas para visitar por los turistas nacionales durante el año 2011 fueron Guayaquil con un 8,1% del total de visitantes, Quito (6,1%), General Villamil Playas (3,5%), Salinas (3,4%) y Atacames (3,4%). Mostrando las estadísticas que Guayaquil es una de las ciudades más elegida por los turistas, da un valor significativo para que ese turista pueda visitar el centro cultural y así pueda conocer de este legado que se quiere mostrar

En el mismo artículo se puede analizar los comportamientos y características del visitante extranjero:

Encontrándose en una escala de nivel del 1 al 10, el 91% de los turistas no residentes manifiesta que regresaría al Ecuador calificando muy positivamente en la escala del 8 al 10, mientras que un 9% otorga una calificación del 1 al 7. El cual un 92% de los turistas no residentes recomienda visitar el Ecuador con una calificación de 8 a 10, mientras que un 8% evalúa en el nivel del 1 al 7 de la escala. Significa que es un punto a favor para el proyecto ya que el turista no residente afirma con un porcentaje muy alto que regresaría y recomendaría el Ecuador a otras personas.

El 52% de los turistas no residentes tienen un rango de edad entre los 18 y 34 años. Un 44,9% de los turistas no residentes está casado, el 44,6% es soltero, 5,1% declaró estar en unión libre, 3,3% está divorciado, 1,3% viudo y el 0,8% no responde.

Con respecto a la ocupación de los turistas no residentes, un 20% corresponde a funcionarios de oficina, el 18% a estudiantes, el 16% a profesionales científicos y el 12% manifiestan ser profesionales de nivel medio, entre otros.

El 63% de los turistas no residentes manifiesta que su motivo de viaje se debió a vacaciones, recreo y ocio, el 19% visitó a familiares y amigos y el 6% permaneció por motivos de negocios, entre otros motivos.

El 73,8% de los turistas no residentes realizó actividades relacionadas con el turismo cultural, el 21,0% efectuó ecoturismo, el 10,2% hizo actividades de sol y playa y el 3,9% se inclinó por turismo de deportes y aventura, entre otros. Analizando los porcentajes de que actividades realizaron y son las preferidas por los turistas extranjeros se refleja con un mayor porcentaje al turismo cultural, la cual le da ventaja al proyecto para publicitar a la galería como tal y así captar ese segmento de mercado que busca conocer las costumbres y tradiciones de los pueblos.

Un 68% de los turistas no residentes organiza su viaje por cuenta propia, el 16% a través de un tour operador, el 10% lo realiza de las dos formas y un 6% lo efectúa a través de terceros. En los cuales en un 33%, viaja con amigos (27%), con su pareja, (23%) y en menores porcentajes con la familia, compañeros de trabajo o en un grupo organizado.

En el mismo artículo se encuentra y analiza los comportamientos y características del visitante Nacional:

La visita a familiares y amigos es el principal motivo de desplazamiento de los turistas internos, seguido de las vacaciones, recreo y ocio, cuyos registros alcanzan el 46,31% y 33,14% en su orden.

El gasto del turista interno está compuesto en su mayoría por el rubro que corresponde a Alimentos y Bebidas (34,24%) y un 29,05% que corresponde a gasto de transporte.

En términos generales, el 51,0% de visitantes internos manifiesta que en su desplazamiento dentro del territorio nacional realizó actividades relacionadas con Sol y Playa, en tanto que el 26,0% señala que efectuó actividades de turismo cultural, entre otras. El cual el 72,78% de visitantes internos manifiesta que su lugar de alojamiento fue la vivienda de familiares o amigos mientras que el 21,17% se hospedó en hoteles, hostales y similares, entre otros. Analizando este punto de la investigación se puede constatar que los visitantes internos o nacionales prefieren a actividades de sol y playa, siendo no tan factible ese resultado para el proyecto pero se espera que el 26% que señalo que si realiza actividades de turismo cultural se interesen por conocer la galería.

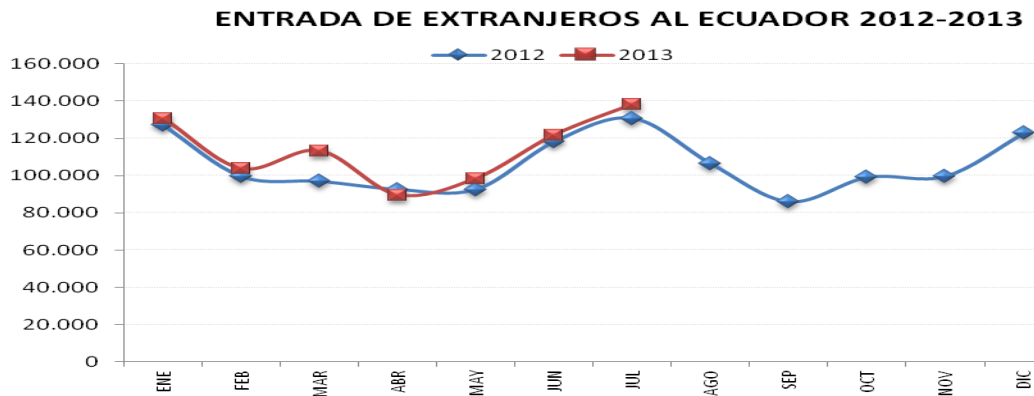
El 41,14% de visitantes internos manifiesta que la experiencia de visitas anteriores influye en la elección del destino, el 32,47% señala que se encuentra motivado por la invitación de amigos y/o familiares, y el 19,12% por consejo de éstos.

TABLA # 8 INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR

MES	2009	2010	2011	2012	2013	VAR%
						2013/2012
ENE	86.544	96.109	105.548	127.119	130.842	2,93
FEB	72.742	89.924	86.421	99.551	103.768	4,24
MAR	72.226	82.452	87.495	96.975	113.361	16,90
ABR	72.910	70.540	87.507	92.627	89.669	-3,19
MAY	70.277	77.618	82.870	92.646	98.420	6,23
JUN	89.889	91.602	99.949	118.293	121.742	2,92
JUL	102.571	110.545	117.966	130.783	138.140	5,63
SUB-TOTAL	567.159	618.790	667.756	757.994	795.942	5,01
AGO	87.221	95.219	98.962	106.368		
SEP	68.124	71.776	80.090	85.986		
OCT	77.960	83.701	88.357	99.145		
NOV	76.965	81.253	92.573	99.676		
DIC	91.070	96.359	113.299	122.784		
TOTAL	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.953		

Fuente: Ministerio de Turismo, artículo “Ecuador en cifras” (2013)

GRAFICO # 8 Entrada de extranjeros al Ecuador 2012 – 2013.



Fuente: Ministerio de Turismo, artículo “Ecuador en cifras” (2013)

TABLA # 9 ENTRADA DE EXTRANJEROS A PRINCIPALES PROVINCIAS DEL ECUADOR.

JEFATURAS	ENE		FEB		MAR	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
PICHINCHA	41.586	48.061	38.313	43.488	41.445	51.320
GUAYAS	32.171	27.662	28.609	26.403	26.350	26.884
CARCHI	29.598	31.801	14.406	13.042	15.364	19.796
EL ORO	19.522	18.359	15.579	17.836	10.367	11.736
LOJA	1.328	1.208	1.044	1.097	878	881
OTRAS JEFATURAS	2.914	3.751	1.600	1.902	2.571	2.744
TOTAL	127.119	130.842	99.551	103.768	96.975	113.361

ABR		MAY		JUN	
2012	2013	2012	2013	2012	2013
38.156	43.055	41.461	48.524	53.077	58.930
21.841	22.168	23.220	23.871	27.724	29.966
19.292	11.333	14.288	13.110	24.037	19.194
9.977	9.933	9.634	10.119	9.413	9.953
1.037	831	997	829	982	881
2.324	2.349	3.046	1.967	3.060	2.818
92.627	89.669	92.646	98.420	118.293	121.742

Fuente: Dirección
Nacional de
Migración

Concluimos que Guayas en relación a otras provincias principales se encuentra entre las más visitadas por los turistas internacionales la cual nos da un punto a favor para que ese turista internacional pueda visitar la galería folclórica y pueda llevar a parte de un recuerdo, un conocimiento más profundo del patrimonio cultural que posee la provincia del Guayas.

4.2.4 FACTOR TECNOLÓGICO

Actualmente la tecnología abre muchas puertas en el ámbito comercial y ha reducido las barreras para realizar negocios, incrementar ingresos, mejorar procesos e implementar nuevas herramientas dentro de las compañías.

Sin embargo, la implementación de la misma ya no es un lujo, o una inversión sino una necesidad fundamental que permite a las grandes y pequeñas empresas estar a la vanguardia de los nuevos tiempos, con procesos competitivos tanto en el mercado nacional como internacional. De esta manera con el ahorro de tiempo en publicitar algo en internet, las empresas pueden pensar y ganar tiempo en estrategias de marketing hacia su competencia ya que existe la mayor ventaja de publicidad actualmente y con mucha acogida por muchas personas en el mundo que es la red social más fuerte hoy en día facebook, hacer publicidad en ella y de una manera muy inteligente se ganaría mucho terreno publicitario.

El manejo del comercio en línea permitirá al centro cultural adquirir un fuerte posicionamiento estratégico dentro del mercado debido a que el internet se ha establecido como una herramienta más para la información y realización de actividades comerciales tales como; Promover el posicionamiento del proyecto, agilizar las operaciones dentro del proyecto, proveer nuevas formas para satisfacer las necesidades de los clientes, establecer nuevas estrategias de posicionamiento y de relación con los clientes.

La tecnología no estaba al alcance muchos pobladores. Hoy en día el acceso a internet en áreas rurales ha crecido. Dando paso a un nuevo siglo en donde el uso de estas tecnologías en pequeños cantones o ciudades, donde antes por falta de recursos económicos no disponían de las herramientas necesarias para el mercado competitivo nacional.

4.3 IMPACTOS DE CALIDAD

4.3.1 MARKETING.

- Realizar una investigación de mercado para conocer las necesidades de los visitantes nacionales y extranjeros.
- Imponer una marca y alcanzar un posicionamiento de acuerdo con otras galerías que también contengan entre su oferta la venta de artesanías.
- Realizar agendas culturales mediante medios físicos y virtuales.

4.3.2 VENTAS

- Establecer una estrategia de venta con la finalidad de hacer un cierre de un negocio, y firma de un contrato o acuerdo con colegios, grupos o instituciones privadas, para el asesoramiento de cultura y trajes típicos, así como también para que colegios y escuelas visiten la galería como parte de su enseñanza académica en el ámbito cultural.
- Establecer estrategias de venta del proyecto para los diferentes segmentos objetivos, y promocionar las artesanías realizadas por artesanos por naturaleza de cada cantón de la provincia del Guayas.

4.3.3 LOGÍSTICA

- Contar con personal altamente capacitado entendidos en el tema de cada área; ya sea informático, administrativo, coordinación, que tengan espíritu colaborador y liderazgo profesional.
- Elaborar una logística de marketing, para la adecuada planificación y posicionamiento del proyecto.

- Manejar una adecuada logística de distribución, para poder realizar la previsión de necesidades de productos, almacenamiento, innovación de los productos y servicios, entre otros.
- Asegurar la calidad de cada producto que se adquiera de los proveedores tanto en artesanías como en la elaboración de los vestuarios.

4.3.4 PRESTACIÓN DE SERVICIO

- Elaborar una estrategia de seguimiento del personal en cuanto a la prestación del servicio; tanto como a los guías, recepción, y personal en general.
- Establecer normas en el control del cuidado del aspecto personal, profesionalismo, cortesía y amabilidad del personal en general de la galería, hacia los visitantes Nacionales e Internacionales.
- Mantener un registro de sugerencias tanto del cliente externo como interno a fin de conocer alguna anomalía, mal servicio o sugerencia para bien de la empresa.

4.3.5 SERVICIO POST VENTA

- Mantener un seguimiento por medio de sugerencias en la web, de las ventas de accesorios o servicios turísticos para de esta manera garantizar la satisfacción del cliente y mejoramiento del servicio.
- Poseer programas de fidelización con los clientes, mediante estrategias promocionales, y sobre todo de post venta.

4.3.6 ORGANIZACIÓN INTERNA Y TECNOLÓGICA

- Contar con un personal, que se encargue de la investigación y desarrollo de productos artesanales potenciales e innovadores.
- Considerar que cada actividad de valor representa tecnología, sea conocimientos, procedimientos, o la tecnología dentro del proceso.

4.3.7 INFRAESTRUCTURA Y AMBIENTE

- El diseño de la galería tendrá un ambiente neto cultural donde el turista sienta que está visitando a los montubios en su tierra natal, también realizando un adecuado mantenimiento de la infraestructura y del diseño interior.
- Contar con seguridad adecuada, señalización tanto de la galería en sus stands, como señalización de salidas de emergencia.

4.3.8 SERVICIO AL CLIENTE.

Las siguientes características manejaremos para el control de la calidad de servicio al cliente:

- ✓ Crear normas que aseguren la calidad de servicio al cliente como por ejemplo: mantener una sonrisa amable de principio a fin frente al cliente.
- ✓ Conocer a profundidad a los clientes, creando una base de datos que sea confiable y poder manejar sus perfiles.
- ✓ Realizar investigaciones permanentemente y sistemática sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción: auditoria del servicio.
- ✓ Crear una estrategia, un sistema de servicio a clientes.
- ✓ Hacer seguimiento permanentemente de los niveles de satisfacción.

- ✓ Tomar acciones reales de mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de los clientes, expresadas en los índices de satisfacción.
- ✓ Participar sistemáticamente con los clientes internos sobre los niveles de satisfacción de los clientes externos.
- ✓ Diseñar estrategias de mercadeo interno y venta interna que genera la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores.

Serna, H (2006) El servicio al cliente externo hay que venderlo primero dentro y después fuera porque la estrategia del mercadeo que no se gana a dentro con los colaboradores, no se gana afuera.

4.4 PLAN DE MARKETING

Análisis de las 4 P.

4.4.1 PRODUCTO

Los productos artesanales que se ofertarán a través de la galería serán variados buscando demostrar las diferentes culturas de cada cantón, y sus habilidades como forma de vida económica. Por ejemplo situado a 54 kilómetros de Guayaquil el cantón de la hamacas antes parroquia Juan Soledad, muestra todo el encanto de su desarrollo artesanal de manos de sus mujeres, en su mayoría de la tercera edad, quienes con gran cuidado, arte y paciencia entrelazan la fibra de paja mocora para dar nacimiento a sus populares hamacas, hechas de un material cómodo y fresco que invita al descanso.

También tejen carteras, bolsos, portarretratos, sillas, respaldares, alfombras y sombreros con distintos materiales vegetales de la costa.

Los productos a exhibirse y ponerlos a la venta en general serán preseleccionados de fabricantes artesanos que tengan experiencia en la elaboración de aquel producto y brindar garantías de reposición del producto en caso de presentar fallas. Se buscará establecer un valor agregado a los productos artesanales en venta, con la inclusión de información acerca de los productos, proceso de elaboración, significado y conservación.

Gobierno provincial del Guayas, (2013). La provincia del Guayas tiene potencial en la confección de artesanías y el apoyo de la Prefectura del Guayas, en conjunto con otras instituciones, ha sido de gran ayuda para el emprendimiento y mejora de la oferta de las artesanías. La directora de Turismo de la Prefectura, Olga Guerra, busca el empeño de parte de los artesanos por medio de capacitaciones gratuitas que tienen como objetivo mejorar detalles en las artesanías y su producción ya que se busca que tengan buenos acabados y sean de calidad. Para el presente proyecto esto da mayor confiabilidad en la adquisición de los productos por parte de artesanos ya sean calificados o microempresas.

4.4.2 PRECIO

Se estima tener un ingreso como sustento económico mínimo de entrada de \$ 2.00 a los adultos y \$1 a estudiantes, ya que se planteará un convenio con escuelas y colegios para obtener la visita de por lo menos 10 estudiantes en la galería semanalmente. Se considera que el precio estipulado de la entrada no podrá ser mayor debido a la competencia indirecta fuerte como museos que son de entrada gratuita y los locales de artesanías, y el de mayor importancia el mercado artesanal, cercanos a ubicarse el proyecto. Con respecto al precio de los productos artesanales su adquisición va a ser directa y al por mayor para tener una ganancia casi del 30% de su costo, dependiendo del producto ya que lo se quiere es captar clientela y establecer una marca popular en el sector turístico.

4.4.3 PLAZA O CANALES DE DISTRIBUCION

La manera en que se comercializará el proyecto será de forma nacional e internacional mediante:

- ❖ Agenda cultural Municipalidad de Guayaquil: Estableciendo convenio con el municipio para ofertar actividades culturales en las festividades de la ciudad.
- ❖ Página web de la galería: Promocionando internacionalmente las actividades culturales a realizar en el centro cultural por medio de la página web.
- ❖ Ferias, exposiciones y convenciones: Participando en las ferias más importantes para posicionarnos en el mercado y vender el producto.
- ❖ Escuelas, colegios y particulares: Ofertando actividades culturales, asesoramiento cultural y también estableciendo convenios para que visiten el lugar.

4.4.4 PROMOCION

Como mencionado anteriormente en la plaza o canales de distribución también se tiene en consideración lo siguiente:

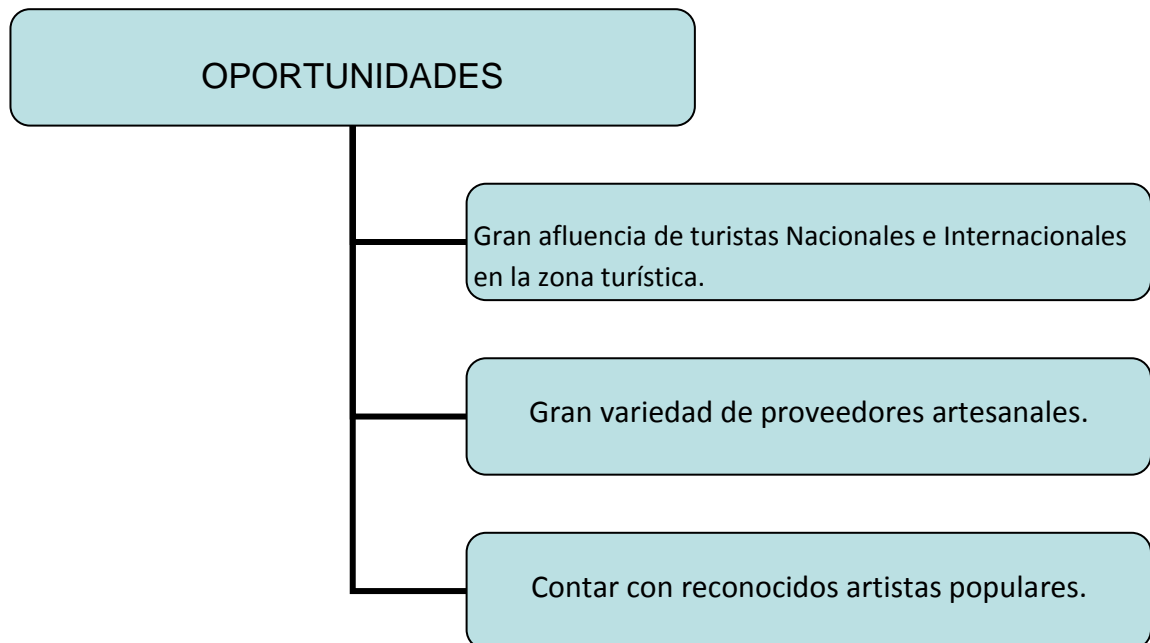
- ❖ Trípticos y tarjetas de presentación: para promocionar la galería en lugares de estrategia como por ejemplo colegios y entidades privadas.
- ❖ Volantes: de las actividades culturales más importantes en el año a público en general.
- ❖ Facebook: crear una página de esta red social para promocionar de una manera mucho más moderna las actividades culturales, con esta promoción se pretende entrar en la mente del consumidor.

ANALISIS MICRO DEL ENTORNO

4.5 ANALISIS FODA

En este proyecto analizaremos los factores externos: oportunidades y amenazas, por ser un proyecto de propuesta no tiene factores internos: fortalezas ni debilidades. En las cuales las oportunidades van de la mano con la empresa, factores que dan ventaja para el éxito del proyecto, mientras que las debilidades son factores a considerar riesgosos para el proyecto la cual hay que tener una estrategia de marketing para ellas.

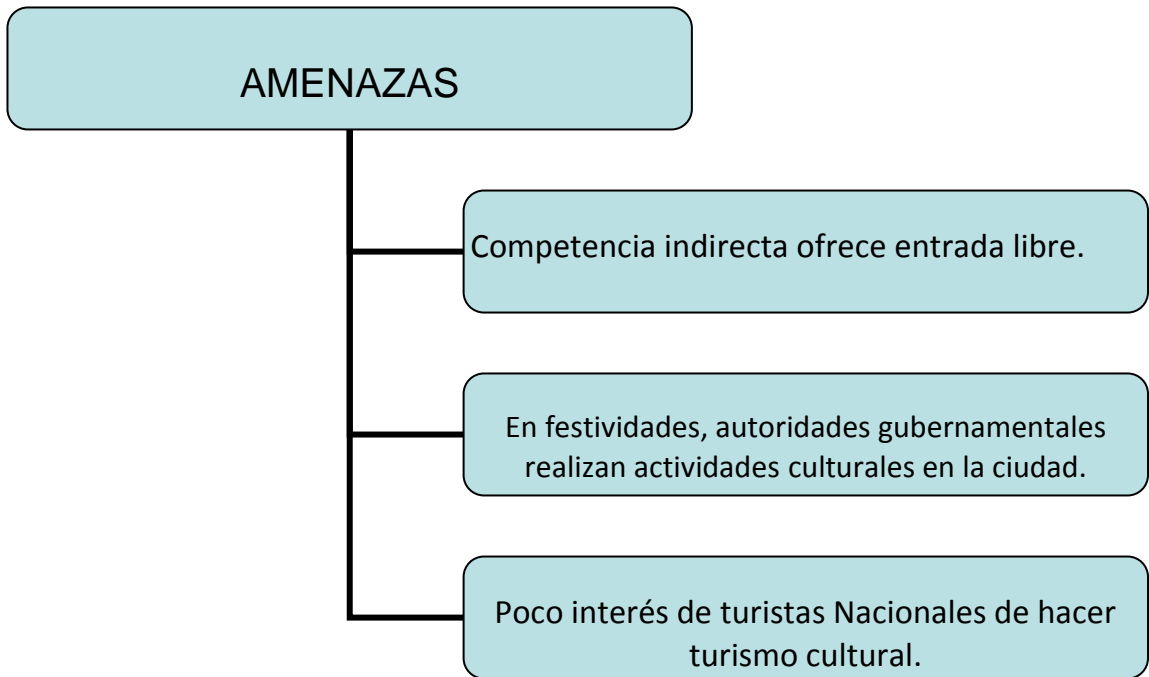
GRAFICO # 9 Oportunidades de la Galería Folclórica.



Fuente: Autor Vanessa Rojas

Se considera una oportunidad para este proyecto el poder contar con los artesanos calificados que la prefectura del guayas ha rescatado en la provincia del guayas, la cual hacen una maravillosa labor porque sus artesanías todavía son hechas a mano y es eso lo que le dará a este proyecto un valor agregado de informar al visitante de su proveniencia, su materia prima, como son elaborados, por manos de quien, y que significado o historia tiene para los montubios de la costa.

GRAFICO # 10 Amenazas de la Galería Folclórica.

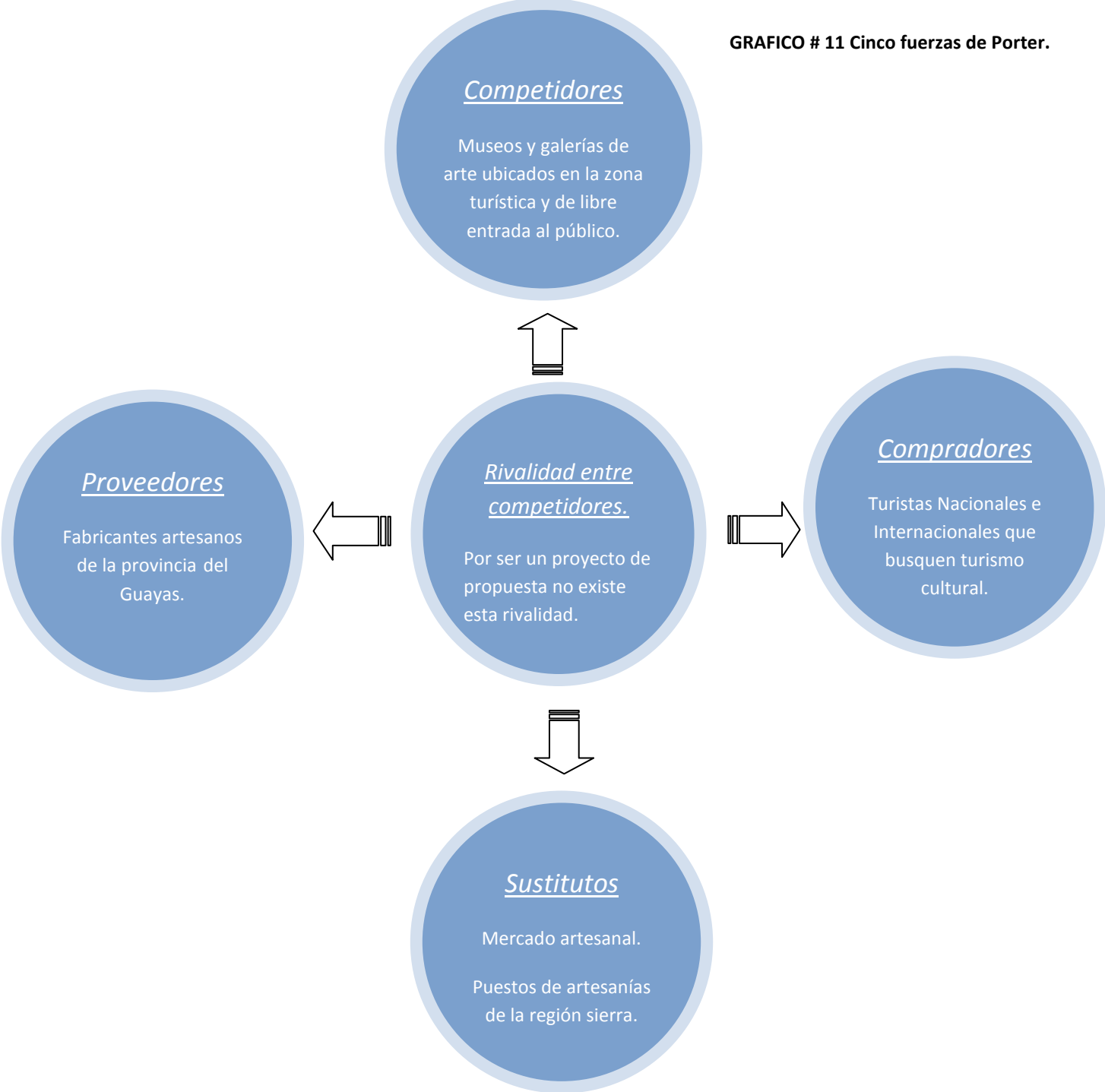


Fuente: Autor Vanessa Rojas

En el presente proyecto se considera una amenaza estos tres puntos ya que si no se hace una estrategia con autoridades culturales para participar en las agendas culturales será un punto en contra ya que se considera que los turistas nacionales busquen asistir a estos eventos gratuitos y no pondrán mucho interés en visitar la galería para estas fechas festivas, porque se considera también que el visitante nacional busca ahorrar cuando se trata de quedarse en la ciudad o bien prefiere hacer turismo de playa en las festividades.

4.6 LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

GRAFICO # 11 Cinco fuerzas de Porter.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

4.7 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La propuesta de la creación de una Galería folclórica fue una idea inspirada en la cultura, el arte popular; las danzas folclóricas, el teatro costumbrista que se realizan en barrios, avenidas, teatros de arte, escenarios y aniversarios de festividades varias referente al folclore, el objetivo es que no solo se plasme en un escenario organizado en festividades varias, sino también, poder tener un lugar permanente de acogimiento cultural donde grupos folclóricos tanto profesionales como populares puedan demostrar su arte y destreza de alto nivel, firmar convenios económicos con los grupos artísticos para que la galería los subvencione con los auspicios de publicidad interna y externa.

La exhibición de trajes típicos de la provincia del Guayas sirve para dar a conocer cómo vestía el pueblo montubio para sus jornadas de trabajo y cómo vestían sus mejores galas en las fiestas populares e igualmente sus herramientas de trabajo.

Para demostrar las costumbres y tradiciones se creará una sala de audio video con la recopilación de varios videos realizados por agrupaciones folclóricas mostrando su diario vivir, amorfinos, coplas, como enamoraban a sus montubias, etc.

Para darle vida propia a esta galería folclórica se realizarán eventos culturales periódicamente, brindándole al público un espectáculo artístico con danzas folclóricas y teatros costumbristas. La cual se realizará convenios firmados con estas agrupaciones de carácter folclórico de brindar no solo publicidad a los grupos sino también el pago por reconocimiento de transporte de \$20 y \$120 cada semana por 4 presentaciones semanales divididas y organizadas para los fines de semana, este valor al mes viene a ser \$ 560 por cada grupo que si consideramos que el director de cada grupo quiera darle a cada integrante de danza un valor semanal dividimos los \$120 por 8 personas

ya que son 4 parejas las que bailan, les tocaría \$ 15 semanal para sus gastos personales aparte del valor dado por el transporte, así como también al grupo de teatro que máximo estará conformado por 4 integrantes divididos y organizados para cubrir el show los fines de semana en conjunto con los grupos de danza pero cubriendo más tiempo de shows ya que el valor para cada integrante es de \$ 35 semanal, resultando \$480 mensuales.

Se tiene como tentativa a los grupos folclóricos de danza: Folcosta Ballet Regional y al grupo de proyección folclórica Nuestra Danza y como grupo de teatro a “Retablillo” reconocidos en el medio como grupos que han demostrado una alta proyección artística enfocados a la costumbrismo montubio.

En lo que respecta al sustento económico de la galería, como ya antes mencionado se pondrá una tarifa mínima de \$2 por la entrada al público en general y para estudiantes en los convenios a colegios \$1, debido al análisis de la competencia existente, también como principal punto económico será la venta de las artesanías montubias como: dulces típicos, sombreros, hamacas de mocora, productos de talabartería, barcos a escala de madera y balsa, canastas hechos de chanta de banano, vasijas de barro, entre otros. Una idea creativa sería de fabricar los trajes típicos en miniatura, así como también accesorios pequeños como llaveros, monederos, etc., para que el turista internacional pueda llevarse ese recuerdo hacia su destino.

Un sustento económico para la galería folclórica también será la venta y alquiler de trajes folclóricos para grupos de escuelas, colegios, profesionales, aprendices, público en general que quiera adquirir un traje folclórico para eventos culturales, en la cual se establecerá una norma de alquiler en la que la persona que requiera alquilar los vestuarios deberá dejar una prenda (dinero), significativa al costo que tiene cada traje, así se garantiza cualquier inconveniente.

4.8 LOGO Y NOMBRE

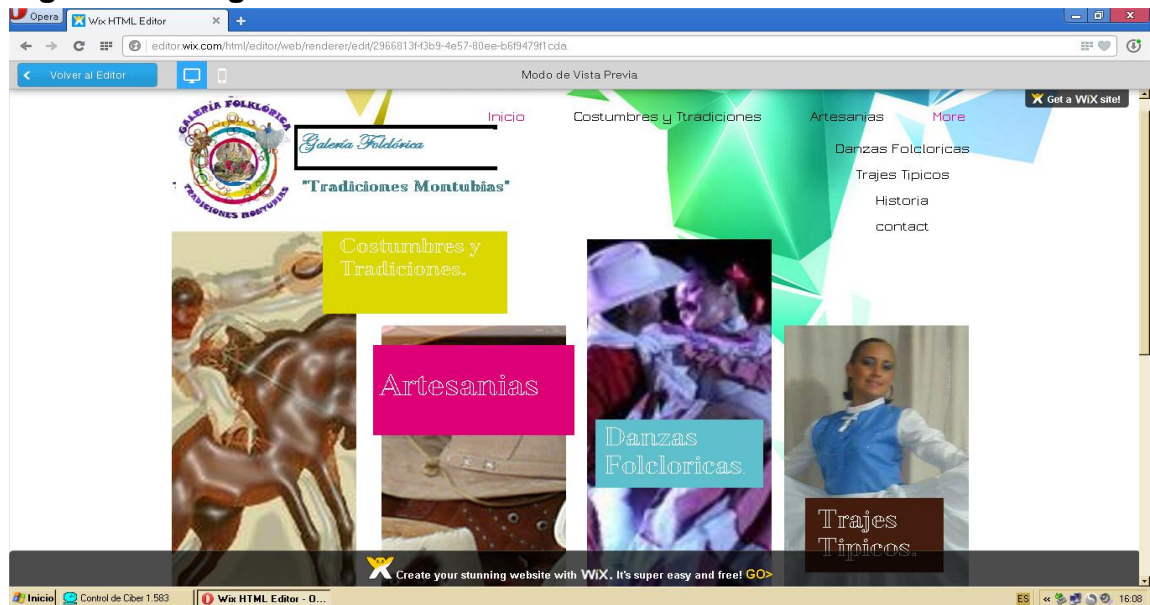
Figura # 14 Logo de la Galería Folclórica.



Fuente: Autor Vanessa Rojas

4.9 PAGINA WEB

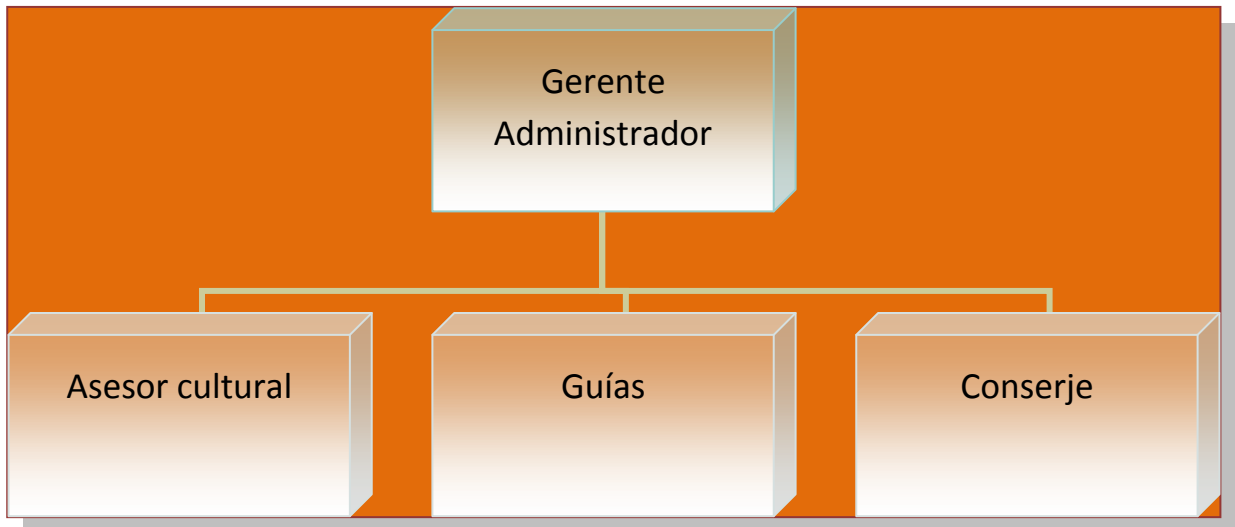
Figura # 15 Pagina Web de la Galería Folclórica.



Fuente: Autor Vanessa Rojas

4.10 ORGANIGRAMA

Figura # 16 Organigrama de la empresa.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

4.10.1 FUNCIONES DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO

Cabe recalcar que las funciones a establecer serán multifuncionales debido a que la empresa no es tan grande para contar con un amplio personal, es por eso que la selección del personal será muy rígida ya que serán personas inmiscuidas en la cultura y con conocimientos sobre folclore, con características acorde a la labor a realizar.

4.10.2 FUNCIONES DEL GERENTE ADMINISTRADOR

El gerente Administrador será la máxima autoridad de la empresa ya que será el responsable de liderar toda la organización y manejo de la empresa, basándose a lo siguiente:

- ✓ Administrar y organizar la empresa de forma óptima, coordinando con su personal a cargo; actividades culturales, proveedores, clientes,

problemáticas, control de calidad, etc., ya que es el que tendrá la última palabra para realizar alguna acción.

- ✓ Representar a la organización frente a los clientes, proveedores y demás importantes colaboradores de la empresa.
- ✓ También llevar el control de las responsabilidades a cada uno de sus colaboradores.
- ✓ Llevar la contabilidad de la empresa, hacer el pago respectivo de salarios, pagos de servicios básicos, llevar un control de SRI y seguro social del personal.

4.10.3 FUNCIONES DEL ASESOR CULTURAL

El asesor cultural será un apoyo incondicional para el gerente ya que deberá estar en coordinación con él para las actividades culturales, el será el responsable de publicitar en todo medio las actividades a realizarse y mantener el contacto con los grupos de danzas folclóricas y de teatro, también estará a cargo de la coordinación de la venta y alquiler de los trajes folclóricos con el gerente y el conserje, en el momento que se encuentre en el local ya como su palabra lo indica también dará asesoramiento cultural a público en general, esto será en el exterior ya que tendrá la labor de visitar colegios y entidades públicas para brindar el servicio de asesoramiento según lo requieran, por ejemplo en las fiestas julianas muchos colegios o empresas necesitan que se le arme una coreografía con estudiantes del mismo plantel y esto toma varios días de ensayo, esa es una de las asesorías que se menciona en el cuadro financiero o también existen pequeñas accesorias como la de salir de la duda que traje es adecuado para un baile y de que provincia pertenece.

4.10.4 FUNCIONES DE LOS GUIAS

Los guías tendrán la labor de darles la más cordial bienvenida haciéndolos sentir como en casa, dándoles una explicación muy precisa de lo que están observando, así como también tendrán a su responsabilidad la venta de las artesanías, como son dos guías deberán crear una estrategia para la coordinación con los visitantes y las ventas, en caso de estar muy copados de visitantes el resto del personal también estará dispuesto a ayudar en la coordinación.

4.10.5 FUNCIONES DE CONSERJE

Su función como conserje también será multidisciplinario ya que estará a cargo de la limpieza de local, mantener en orden los trajes en su bodega, darles el respectivo mantenimiento, trabajar en conjunto con el Gerente Administrador ya que estará a su cargo la venta y alquiler de los trajes, llevar un inventario de lo que está en la bodega como también en exhibición y como su palabra lo indica como conserje tendrá en su responsabilidad de las llaves del local para su apertura y cierre.

4.11 ESTRUCTURA FÍSICA DE LA GALERÍA FOLCLÓRICA

La galería Folclórica “Tradiciones montubias” estará ubicada en la calle Numa Pompilio Llona 175, Barrio “Las Peñas” el cual pondremos de ejemplo el local actualmente de la casa del artista ubicada en esta calle, la galería tendrá el siguiente aspecto:

Imagen # 5 Sala destinada para exhibir los trajes típicos y artesanías.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

La imagen 5 nos muestra la sección que se utilizará para exhibir los trajes típicos, con sus accesorios y diseño correspondiente a cada uno, del otro lado existe un espacio parecido a este en donde se ubicaran las artesanías a exhibir para la venta.

Imagen # 6 Sala destinada para presentaciones de danzas artísticas.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

En la imagen 6 se visualiza el espacio que se lo utilizará para las demostraciones artísticas de danza y para teatro hay un espacio parecido a este, del otro lado como nos muestra la imagen 7, estas actividades serán debidamente organizadas y con un diseño netamente montubio para hacer sentir al visitante como en casa.

Imagen # 7 Sala destinada para presentaciones de teatro costumbrista.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

También se contara con un espacio para foros de conversaciones tomando la recomendación del Director del Grupo Folclórico Nuestra Danza ya que se considera que es una idea que aportara de sobremanera a la Galería, la cual se abrirá un folleto o libro escribiendo todas las vivencias, recuerdos, recomendaciones de personas que quieran aportar a el conocimiento de las costumbres y tradiciones del montubio del Guayas.

4.11 CARACTERISTICA DE LOS TRAJES TIPICOS A EXHIBIRSE

A continuación se hará una breve descripción de la similitud de los trajes que se utilizaran para la exhibición de la Galería Folclórica:

El traje de Gala que en la época colonial se utilizaba en las grandes fiestas, utilizado por las damas de las altas sociedades esposas de los grandes terratenientes, políticos y patronos de las haciendas, la cual se la describe de la siguiente manera:

- Sombrero con pluma de un acabado de la más fina seda importada.
- El corpiño que sujeta la cintura de la mujer para darle forma.
- La pollera que es un short con encajes.
- El Vestido con grandes encajes de la más fina seda importada.
- Zapatos de taco (colores negros y blancos.)
- Accesorios a su elección como: sombrilla de seda con encajes de flores, bolsitos coloniales importados, peinetas de dientes y gargantilla en el cuello de perlas, aretes de perlas.

Imagen # 8 Traje de Gala modelo 1



Fuente: Folcosta Ballet Regional.

El traje colonial masculino de la misma clase social patronos de haciendas, vestían de la siguiente forma:

- Sombrero tipo tostada con una cinta cubriendo su alrededor.
- Cotonas.
- Corbatín color negro de preferencia.
- Pantalón de tela color blanco o negro de preferencia.
- Zapatos de charol de pasadores.
- Un accesorio de varón era el bastón de madera fina que demostraba elegancia.

Una diferencia entre la sociedad en las grandes fiestas de gala era que las campesinas vestían de vestidos elegantes pero no de tan fino acabado que la clase alta pero igual mostraban su elegancia y actitud.

Imagen # 9 Traje colonial utilizado en paseos. Modelo 2



Fuente: Folcosta Ballet Regional.

**Imagen # 10 demostración teatral de las grandes fiestas de la clase alta.
Modelo 3**



Fuente: Folcosta Ballet Regional.

Para darnos una idea del vestuario utilizado por los hombres de clase alta en su diario vivir en el pasado se muestra la foto de la moda antigua del traje ciudadano de diario.

Imagen # 11 moda antigua del traje ciudadano de diario.



Fuente: Fondo Fotográfico del Archivo Histórico de Guayaquil.

La vestimenta utilizada por mujeres de clase media para el arduo trabajo en su diario vivir, eran vestidos o faldas hasta media canilla y blusas o polcas de mangas $3 \frac{1}{4}$ adornadas con grandes arandelas cuyas telas eran sencillas pero con grandes estampados y colores fuertes, sombreros o pastoras de paja, grandes trenzas adornadas con lazos de cinta de color. De igual manera la vestimenta de los hombres camisas mangas largas para cubrirse del sol y pantalón arremangado hasta un cuarto debajo de la rodilla, botas de cauchos o zapatos de lona y su infaltable sombrero de paja.

Imagen # 12 MODELO PARA ALQUILER 1



Imagen # 13 MODELO PARA ALQUILER 2



Fuente: Folcosta Ballet Regional.

**IMAGEN # 14 TRAJE REGIONAL MONTUBIO. CUADRO FOLCLÓRICO MONTUBIO 1965.
MODELO 3 PARA ALQUILER**



Fuente: Crónicas de Guayaquil antiguo por Guido Garay.

Vale recalcar que las imágenes de los trajes y accesorios no serán los trajes para la galería sino que es un ejemplo de cómo es el modelo que se tiene visualizado para los trajes de la galería con ese estilo pero con otros colores, ya que no hay un traje específico para y único para los bailes pero si una característica esencial que cada baile debe tener la cual pueden haber muchos grupos con la misma característica del traje pero cada quien le da su modelo y estilo especial ya que estamos en una época de modernidad en donde los grupos le ponen al baile un poco de proyección estética pero sin duda alguna no hay que olvidar la originalidad tanto de los trajes como de los bailes, es por eso que la galería folclórica se preocupara de no perder el estilo propio que caracteriza al montubio.

4.12 GRUPOS TENTATIVOS A PARTICIPAR EN LA GALERIA FOLCLORICA REALIZANDO SHOW COSTUMBRISTAS MONTUBIOS.

4.12.1 GRUPO DE DANZA FOLCOSTA BALLETS REGIONAL.

Como grupo de Danza se contara con la participación de Folcosta Ballet Regional con 39 años de proyección artística, aportando al rescate de las costumbres y tradiciones de la costa ecuatoriana, enriqueciendo el folclore montubio y luchando cada día para fortalecer la cultura.

Imagen # 15 Grupo de Danza Folcosta Ballet Regional.



Fuente: Folcosta Ballet Regional.

Imagen # 16 Grupo de Danza Folcosta Ballet Regional.



Fuente: Aniversario 39 de Folcosta Ballet Regional.

4.12.2 GRUPO DE PROYECCIÓN FOLCLÓRICA NUESTRA DANZA

También como grupo de danza se contara con la participación del grupo de proyección Folclórica Nuestra Danza que fue fundado un 20 de mayo de 1986 en la ciudad de Guayaquil por un grupo de jóvenes emprendedores teniendo como principio fundamental la recuperación de la memoria histórica a travez de la danza en especial la costeña.

Imagen # 17 Grupo de Proyección Folclórica Nuestra Danza.



Fuente: Grupo de proyección folclórica Nuestra Danza.

Imagen # 18 Grupo de Proyección Folclórica Nuestra Danza.



Fuente: Grupo de proyección folclórica Nuestra Danza.

4.12.3 GRUPO TEATRAL “RETABLILLO”

Como grupo de teatro se contara con la valiosa presencia de Grupo Teatral “RETABLILLO”, que en su vida artística llevan trabajando por el arte y la cultura popular 30 años, trabajando en la zona de tradiciones del parque histórico Guayaquil 5 años consecutivos y se ha realizado 7 obras de corte costumbrista montadas y puestas en escena, así como también trabajamos para ong, en temas de salud comunitaria y educativas.

Imagen # 19 GRUPO TEATRAL “RETABLILLO”



Fuente: Grupo “Retablillo”

Imagen # 20 GRUPO TEATRAL “RETABLILLO”



Fuente: Grupo “Retablillo”

Imagen # 21 GRUPO TEATRAL “RETABLILLO”



Fuente: Grupo “Retablillo”

4.13 CARACTERISTICA DE LAS ARTESANIAS PARA LA EXHIBICION Y VENTA.

Sombreros de paja toquilla

Imagen # 22 sombrero paso fino



Imagen # 23 sombrero típico paja toquilla



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

Elaborado de la más alta calidad de la paja toquilla de manos artesanales de Don Viterbo en el cantón Salitre, el tejido del sombrero paja toquilla se considera un arte al ser una labor netamente manual no emplea herramienta más que la mano de los tejedores y por el tiempo que demanda este delicado trabajo y más que todo la incómoda posición que adoptan los artesanos que al tejer apoyados en un tronco de madera donde se asienta la horma donde prensa la paja. Desde la materia prima hasta el acabado este sombrero es merecido ser adquirido por muchos ya que lleva casi tres meses en la elaboración de un sombrero de este tipo.

Sombrero de cuero.

Imagen # 24 sombrero de cuero de vaquero.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

El sombrero de cuero es fabricado por las manos artesanales de Don Antonio López, en su Talabartería llamada Don Viterbo que lleva el nombre de su padre porque esta tradición la heredo de él, en el cantón Salitre (capital montubia del Guayas), este sombrero es muy representativo del montubio de la provincia del Guayas, ya que lo utilizan para salir a pasear, en festividades la cual se considera la más popular el rodeo montubio, es común ver a los montubios muy llamados vaqueros de las haciendas con su sombrero engalanado, muchas veces montado en su caballo. Otra de sus artesanías elaboradas a mano son: los sombreros de gamuza que varía su precio depende del diseño y la labor que desee ponerle en el, también están las monturas utilizadas para los caballos en la que hasta el acero de las hebillas son hechas a mano, así como también las famosas correas de cuero que su precio varía por su modelo de hebilla de acero, están las vainas para los machetes también muy representativos del montubio cuando se engalanan.

Hamacas de Mocora

Imagen # 25 Hamacas típicas de mocora.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

Del cantón Lomas de sargentillo se tendrá a disposición las famosas hamacas de mocora la cual su elaboración artesanal es una herencia de los ancestros, que eran excelentes tejedores que elaboraban petates y hamacas. En su historia este elemento es simbólico para la denominación de Paján, que antiguamente era un caserío con el nombre de Los Pajonales, por la que se lo denominó de esta manera, por las grandes extensiones de paja mocora que existía en la zona.

Se las fabrica con pita, una especie de paja, para darle color a las hamacas se las pinta de varios colores; están tejidas y confeccionadas de manera que al ser extendidas son muy anchas y pueden albergar hasta cuatro personas. En cuanto a la vistosidad, hacen la hamaca blanca que normalmente tiene el aspecto de la paja mocora y las adornadas con franjas de colores; los mas comunes el color verde y rojo. Cuentan que sumergen la paja en agua hirviendo, donde además de los colores le ponen un poco de sal y limón que ayudan a fijar la anilina, cuando el sol ya seca la paja, la convierten en hilo.

La mocora proviene de Paján, Manabí. Un tongo de diez libras de paja seca cuesta \$ 15. Esa paja se la descabeza, alisa en tiras que son humedecidas en agua y siempre que tejen en un balde con agua para después torcerla hasta darle forma de un hilo fino y extenso que las colocan en diversas agujetas de madera, que están listas y cargadas de hilo y enmantecadas para que las mujeres tejan, siempre paradas junto al bastidor, cuando ya está el cuerpo de la hamaca, le colocan las sogas que antes eran de cabuya y en la actualidad utilizan el nailon para colgar. Son tan finas y durables que una de las características de la mocora es que mientras más se usa, la paja se hace más suave”.

BARQUITOS DE MADERA, Balsa Y CARRIZO.

Imagen # 26 Barquito Velero



Imagen # 27 Barco Titanic.



Imagen # 28 Balsa.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

Este tipo de artesanías es realizado por Don Félix Palacios oriundo del cantón Balzar que en su taller se concentra lo más profundo inspirado en la naturaleza a su alrededor, realiza barquitos de madera de balsa, caña guadúa, carrizo la cual que en su tradición cuenta la historia y su valor artesanal que ya que no son representativos de la provincia del Guayas se recuerda con el barquito de balsa al diario vivir desde muchos años como llegaban las balsas llenas de verdes y se veía pasar en diferentes lugares que el verde salía de su lugar de origen de un color verde y cuando ya llegaba a su destino el verde se veía maduro y listo para descargar del embarque. Cuenta don Félix que realiza el barquito del Titanic porque tuvo mucha acogida, así como también los barquitos de piragua.

Artesanías varias de paja toquilla

Imagen # 29 Joyero de paja toquilla.



Imagen # 30 Joyero pequeño de paja toquilla.



Imagen # 31 Llavero pajarito de paja toquilla.



Imagen # 32 Muñecas de paja toquilla.



Imagen # 33 Bolsito de paja toquilla.



Imagen # 34 Llaveros de sombreros y canastas de paja toquilla.



Fuente: Autor Vanessa Rojas.

Se muestra varias artesanías hechas con paja toquilla hecha por artesanos montubios que demuestran la habilidad y el arte para tejer.

CAPITULO V

PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

5.1 Inversión Inicial

En el Anexo N° 5 se encuentra la inversión inicial del proyecto, en la que la inversión será de **\$ 12.159,00**, incluye los recursos necesarios tales como: equipos de oficina, equipos audiovisuales, muebles y enseres, equipos de computación, gastos de publicidad, gastos de constitución de la compañía, equipos de producción que esta especificado en detalle: los trajes y accesorios que servirán para la venta y alquiler, en la cual se toma en consideración la primera cantidad como el numero de trajes o artesanías que se venderán o alquilaran en los meses de temporada baja y en cantidad extra se considera las cantidades vendidas o alquiladas en los meses de temporada alta que son los meses en las cuales la ciudad tiene actividades festivas, por lo que existe una probabilidad mucho más alta de que visitantes nacionales como internacionales visiten la galería y a su vez se lleven un recuerdo que serian las artesanías que se pone a su disposición a un precio muy económico a diferencia del mercado existente, no siendo las mismas artesanías y también porque las que ofrece la galería tendrán un valor agregado que es el de informar a su comprador de donde proviene y su proceso de elaboración.

5.2 Balance Inicial

En la Tabla N°10 se muestra el Balance Inicial de la Galería Folclórica “Tradiciones Montubias”, donde se puede observar los activos, pasivos y patrimonio del proyecto.

Tabla # 10 BALANCE INICIAL

ACTIVOS		12.159,00
Activo corriente		1.070,00
Caja	1.070,00	
Activo fijo		10.889,00
Muebles y enseres	1.925,00	
Equipo de audiovisuales	1.160,00	
Equipo de producción	7.104,00	
Equipos de computación	700,00	
Gastos de constitución		200,00
Total de activos		12.159,00
PASIVO		
Préstamos bancarios	8.511,30	
Total de pasivo		8.511,30
PATRIMONIO		
Capital propio		3.647,70
Total pasivo + patrimonio		12.159,00

Elaborado por: Vanessa Rojas

5.3 Depreciación y Amortización

Un aspecto importante que se toma en consideración en todo proyecto es la depreciación anual de los activos fijos y los activos diferidos, en este sentido la depreciación sobre el activo fijo y las amortizaciones sobre el activo diferido son ingresos en efectivo, pues son las cantidades de dinero que se invierten con anterioridad y que luego se prorratan según la vida útil de los activos. En los Anexos N° 6, se aprecia cómo se van a depreciar los activos fijos y diferidos, respectivamente.

5.4 Financiamiento

Anteriormente se había indicado que el monto de la inversión inicial para dar marcha al proyecto está en los \$ 12.159,00, valor que se conforma con un 33% de capital propio, que es \$ 3.647,70, el restante 70% se financiará por medio de la Corporación Financiera Nacional CFN mediante crédito por un monto de \$ 8.511,30 y se ha considerado una tasa de interés del 10,50% anual, para un período de 5 años, mencionado en la Tabla N° 11 el resumen del financiamiento y Anexo N° 7 la amortización del préstamo.

Tabla # 11 FINANCIAMIENTO

Inversión Inicial	12.159,00
Monto del Crédito	8.511,30
Tasa Interés Anual	10,50%
Tasa Interés Mensual	0,82%
Plazo	5
Dividendo	60
Cuota Anual	\$ 2.274,01
Cuota Mensual	\$ 180,17

Elaborado por: Vanessa Rojas.

5.5 Sueldos

El salario ha sido asignado en base a la ley vigente, funciones y responsabilidades, incluyen los beneficios sociales y obligaciones patronales; tal como se aprecia en el Anexo N° 8 para el primer año; Anexo N° 9 para el segundo año y finalmente; Anexo N° 10, la proyección de sueldos anual.

5.6 Ingresos

Los ingresos de la Galería Folclórica, se dividirá en varias partes de ingresos: un ingreso es por el valor de la entrada a la exhibición de trajes y los shows que se realizaran los fines de semana con un valor de entrada mínima de \$ 2, se estima un aproximado de unos 240 visitantes en meses de temporada baja y unos 440 visitantes en temporadas altas; siendo la temporada alta los meses de festividades en Guayaquil donde hay mayor afluencia de visitantes en la ciudad, tomando en consideración un porcentaje mínimo de una investigación realizada en el museo municipal de Guayaquil, otro ingreso será por asesorías culturales la cual consiste en que el asesor cultural entendido en el tema según sea esta asesoría varia el precio de aquella será el encargado de ir hacia la ubicación donde se la requiera por ejemplo una de las asesorías pueden ser armar una coreografía ensayando a los alumnos de un colegio para una festividad en la cual también promocionara el alquiler de los trajes, otro ingreso será por venta de trajes folclóricos y artesanías montubias especificadas en el Anexo N° 11, otro ingreso que percibirá la galería es por alquiler de trajes folclóricos para grupos, colegios y particulares; especificado en el anexo N ° 12.

Los ingresos totales es la suma de los ingresos por ventas mas los ingresos por alquiler así como se muestra en la tabla N° 12.

Tabla # 12 PROYECCION DE INGRESOS TOTALES

DESCRIPCION	CANT.	COSTO. UNIT	CANTIDAD EXTRA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS				10.055	18.568	10.055	10.055	10.055	11.655
total de entradas	240		440	440	840	440	440	440	440
entrada por visitantes	200	2,00	400	400	800	400	400	400	400
entrada por estudiantes	40	1,00	40	40	40	40	40	40	40
asesorías culturales	4	400,00	8	1.600	3.200	1.600	1.600	1.600	3.200
Ingreso por venta				7.105	13.618	7.105	7.105	7.105	7.105
Ingreso por alquiler				910	910	910	910	910	910

DESCRIPCION	CANT.	COSTO. UNIT	CANTIDAD EXTRA	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
VENTAS				19.303	9.880	11.480	19.303	9.880	19.303	159.592
total de entradas	240		440	840	440	440	840	440	840	6.880
entrada por visitantes	200	2,00	400	800	400	400	800	400	800	6.400
entrada por estudiantes	40	1,00	40	40	40	40	40	40	40	480
asesorías culturales	4	400,00	8	3.200	1.600	3.200	3.200	1.600	3.200	28.800
Ingreso por venta				13.618	6.930	6.930	13.618	6.930	13.618	110.787
Ingreso por alquiler				1.645	910	910	1.645	910	1.645	13.125

Elaborado por: Vanessa Rojas.

En la Tabla N° 13, se puede visualizar la proyección anual de ventas totales hasta 5 años, respectivamente. El incremento se definió en base a la tasa de inflación actual del 4,16%.

Tabla # 13 PROYECCION DE VENTAS TOTALES ANUALES

	Cantidad	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	1	159.592	166.231	173.146	180.349	187.852
entrada por visitantes	1	6.400	6.666	6.944	7.232	7.533
entrada por estudiantes	1	480	500	521	542	565
asesorías culturales	1	28.800	29.998	31.246	32.546	33.900
Ingreso por venta	1	110.787	115.396	120.196	125.196	130.405
Ingreso por alquiler	1	13.125	13.671	14.240	14.832	15.449

Elaborado por: Vanessa Rojas.

5.7 Egresos

Los egresos comprenden los gastos generales y costos operacionales de las actividades que la galería realizara. En los Anexos N° 13 y N° 14 se observan los gastos generales mensuales y anuales, respectivamente y en los Anexos N° 15 y N° 16 se aprecian los costos operacionales mensuales y anuales respectivamente.

Dentro de los gastos generales se detallan los gastos administrativos, gastos por ventas y gastos financieros; mientras que en los costos operacionales se muestran los costos de mercadería y mano de obra directa.

5.8 Estado de Resultados

Conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias, en el que se muestra las Ventas, Costos, Gastos, que permitirán conocer el resultado económico de la galería obtenido durante un tiempo estimado. En la Tabla N° 14 se visualiza el Estados de Resultados Anual.

Obteniendo para el primer año de operaciones, una utilidad bruta en ventas de \$ 62.619,30; utilidad antes de impuestos \$ 23.379,07; utilidad antes de participación a trabajadores \$ 22.602,95 dólares; utilidad antes del impuesto a la renta \$ 19.212,51 y; finalmente, la utilidad neta del ejercicio \$ 14.985,76.

Tabla # 14 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas Totales	159.592,00	166.231,03	173.146,24	180.349,12	187.851,64
TOTAL DE INGRESOS	159.592,00	166.231,03	173.146,24	180.349,12	187.851,64
(-) costos de operación	96.972,70	101.006,76	105.208,65	109.585,33	114.144,07
(=) Utilidad bruta en ventas	62.619,30	65.224,26	67.937,59	70.763,80	73.707,57
(-) Gastos Administrativos	37.700,40	39.203,01	40.705,62	42.208,23	43.710,83
(-) Gastos de ventas	70,00	72,91	75,82	78,74	81,65
(-) Depreciaciones	1.429,83	1.429,83	1.429,83	1.429,83	1.429,83
(-) Amortizaciones	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
(=) Utilidad antes del impuesto	23.379,07	24.478,51	25.686,32	27.007,00	28.445,25
(-) Gastos Financieros	776,11	633,41	476,02	302,43	110,96
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	22.602,95	23.845,09	25.210,29	26.704,57	28.334,29
(-) 15 % participación a trabajadores	3.390,44	3.576,76	3.781,54	4.005,69	4.250,14
(=) Utilidad antes del impuesto a la renta	19.212,51	20.268,33	21.428,75	22.698,89	24.084,15
(-) 22% impuesto a la renta	4.226,75	4.256,35	4.500,04	4.766,77	5.057,67
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	14.985,76	16.011,98	16.928,71	17.932,12	19.026,48

Elaborado por: Vanessa Rojas.

5.9 Balance General

En el Balance General detallado en la tabla N° 15 se analiza los recursos necesarios para la operación de la galería y el financiamiento para el inicio de las actividades.

Tabla # 15 BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL ANUAL					
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 23.756,85	\$ 39.925,95	\$ 57.086,94	\$ 75.120,15	\$ 94.100,73
Total Activos Corrientes	\$ 23.756,85	\$ 39.925,95	\$ 57.086,94	\$ 75.120,15	\$ 94.100,73
Activos Fijos					
Muebles y enseres	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00
Equipo de audiovisuales	\$ 1.160,00	\$ 1.160,00	\$ 1.160,00	\$ 1.160,00	\$ 1.160,00
Equipo de producción	\$ 7.104,00	\$ 7.104,00	\$ 7.104,00	\$ 7.104,00	\$ 7.104,00
Equipos de computación	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (1.429,83)	\$ (2.859,67)	\$ (4.289,50)	\$ (5.719,33)	\$ (7.149,17)
Total Activos Fijos	\$ 9.459,17	\$ 8.029,33	\$ 6.599,50	\$ 5.169,67	\$ 3.739,83
Gastos de constitución	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Amortización acumulada	\$ (40,00)	\$ (80,00)	\$ (120,00)	\$ (160,00)	\$ (200,00)
Total Activo Diferido	\$ 160,00	\$ 120,00	\$ 80,00	\$ 40,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 33.376,02	\$ 48.075,28	\$ 63.766,44	\$ 80.329,81	\$ 97.840,57
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar					
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 3.390,44	\$ 3.576,76	\$ 3.781,54	\$ 4.005,69	\$ 4.250,14
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 4.226,75	\$ 4.256,35	\$ 4.500,04	\$ 4.766,77	\$ 5.057,67

Total Pasivos Corrientes	\$ 7.617,20	\$ 7.833,11	\$ 8.281,58	\$ 8.772,45	\$ 9.307,82
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 7.125,36	\$ 5.596,73	\$ 3.910,71	\$ 2.051,09	\$ 0,00
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 7.125,36	\$ 5.596,73	\$ 3.910,71	\$ 2.051,09	\$ 0,00
TOTAL PASIVOS	\$ 14.742,56	\$ 13.429,84	\$ 12.192,29	\$ 10.823,54	\$ 9.307,82
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 3.647,70	\$ 3.647,70	\$ 3.647,70	\$ 3.647,70	\$ 3.647,70
Utilidad del Ejercicio	\$ 14.985,76	\$ 16.011,98	\$ 16.928,71	\$ 17.932,12	\$ 19.026,48
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 14.985,76	\$ 30.997,74	\$ 47.926,45	\$ 65.858,57
TOTAL PATRIMONIO	\$ 18.633,46	\$ 34.645,44	\$ 51.574,15	\$ 69.506,27	\$ 88.532,75
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 33.376,02	\$ 48.075,28	\$ 63.766,44	\$ 80.329,81	\$ 97.840,57
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Elaborado por: Vanessa Rojas.

5.10 Flujo de Caja

En el flujo de caja se analiza, con el objetivo de evaluar la cantidad de efectivo que se necesitará para que la galería pueda realizar sus operaciones en un tiempo determinado, la cual se detalla a continuación en la tabla N° 16:

Tabla # 16 FLUJO DE CAJA

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos x Ventas	159.592	166.231	173.146	180.349	187.852
(-) Egresos	134.743	147.900	153.823	160.154	166.709
Gastos de Operación	96.973	101.007	105.209	109.585	114.144
Gastos de Administración	37.700	39.203	40.706	42.208	43.711
Gastos de Ventas	70	73	76	79	82
Participación de Trabajadores	0	3.390	3.577	3.782	4.006
Imp. A la Renta	0	4.227	4.256	4.500	4.767
(=)FLUJO NETO OPERACIONAL	24.849	18.331	19.323	20.195	21.143
FLUJO DE INVERSION					
Ingresos de Efectivo	0	0	0	0	0
Ventas de Activos Fijos					
(-)Egresos de Efectivos	0	0	0	0	0
Compras de Activos Fijos					
(=)FLUJO NETO DE INVERSION	0	0	0	0	0
FLUJO DE FINANCIAMIENTO					
Ingresos de Efectivo	0	0	0	0	0
PRESTAMOS RECIBIDOS					
(-)Egresos de Efectivo	2.162	2.162	2.162	2.162	2.162
Pagos de Préstamo o Principal	1.386	1.529	1.686	1.860	2.051
Pago de Interés	776	633	476	302	111
(=)FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	-2.162	-2.162	-2.162	-2.162	-2.162
FLUJO NETO DE CAJA	22.687	16.169	17.161	18.033	18.981

Elaborado por: Vanessa rojas.

5.11 Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite identificar la rentabilidad del proyecto mediante el Flujo de Caja (Tabla N° 16) en la vida útil que tendrá la Galería y los coeficientes de rentabilidad con valores actualizados, para lo cual se analiza en la Tabla N° 17, el Valor Actual Neto (VAN) que es de \$ 61.431,27, como es positivo, indica que el proyecto es rentable. La Tasa Interna de Retorno (TIR) que corresponde al 167,04% que prevalece a la TMARC que es del 12% lo que significa que el proyecto no sólo es rentable sino también atractivo para realizar la inversión. El periodo de recuperación de la inversión para el proyecto es inmediato ya que en el primer año se tiene un ingreso de flujo neto de caja de \$ 22.687, por lo tanto el proyecto es altamente rentable.

Tabla # 17 VAN Y TIR

TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 61.431,27
TIR	167,04%

Elaborado por: Vanessa Rojas.

5.12 Ratios Financieros

Tabla # 18 RATIOS FINANCIEROS

INDICADOR	FORMULA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen Bruto	<i>Utilidad Bruta/ Ingresos Totales = %</i>	39%	39%	39%	39%	39%
Margen Neto	<i>Utilidad Neta / Ingresos Totales = %</i>	9%	10%	10%	10%	10%
ROA (Retorno sobre Activos)	<i>Utilidad Neta / Activo Total = \$</i>	0,45	0,33	0,27	0,22	0,19
ROE (Retorno sobre Capital)	<i>Utilidad Neta / Capital = \$</i>	4,11	4,39	4,64	4,92	5,22

Elaborado por: Vanessa Rojas.

5.12.1 Razones de Rentabilidad

5.12.1.1 Margen de Utilidad Bruta

Mide el porcentaje de cada dólar de las ventas que queda luego de que la empresa ha pagado todos sus productos. Cuanto más alto sea el margen de utilidad bruta, es mejor. Como se observa en la Tabla N° 18, el porcentaje para el primer año es 39% que indica, que por cada dólar que ingresa por las ventas se genera \$0,39 centavos de dólar por deducir el costo de venta.

5.12.1.2 Margen de Utilidad Neta

Mide el porcentaje de cada dólar de las ventas que queda luego de que la empresa ha deducido todos los costos y gastos, incluyendo intereses, impuestos y dividendo de acciones preferentes. Cuanto más alto sea el margen de utilidad neta, es mejor. Como se observa en la Tabla N° 18, el promedio del margen de utilidad neta para los tres primeros años se establece en 10%; este resultado se interpreta que por cada dólar que se venda, queda aproximadamente 0,45 centavos de utilidad neta, para el primer año.

5.12.1.3 Rendimiento sobre Activos (RSA O ROA)

También conocido como Rendimiento sobre la Inversión (RSI o ROI), mide la efectividad total de la administración del negocio en la generación de utilidades con los activos disponibles. De acuerdo a la Tabla N° 18, por cada dólar que se invierte en activos, se registra \$0,45 centavos de dólar como utilidad.

5.12.1.4 Rendimiento sobre el Capital (RSC O ROE)

Mide el rendimiento obtenido sobre la inversión de los accionistas del negocio. De acuerdo a la Tabla N° 18, se analiza que por cada dólar que se invierte, queda una utilidad promedio de \$ 4,42 dólares, en los tres primeros años.

5.13 Punto de Equilibrio

En la tabla N° 19, se aprecia el punto de equilibrio, cuando los ingresos totales cubren los gastos generales y costos operacionales, es decir, cuando no se genera ni utilidad ni pérdida.

Tabla # 19 TABLA # 20 PUNTO DE EQUILIBRIO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS TOTALES: Gastos Generales	38.547	39.909	41.257	42.589	43.903
COSTOS VARIABLES: Costos de Ventas	\$ 96.972,70	\$ 101.006,76	\$ 105.208,65	\$ 109.585,33	\$ 114.144,07
% COSTOS VARIABLES: Costo de Ventas / Ingresos Totales	60,76%	60,76%	60,76%	60,76%	60,76%
Fórmula de punto de equilibrio	\$ 98.239,92	\$ 101.713,22	\$ 105.149,07	\$ 108.543,63	\$ 111.892,63

Elaborado por: Vanessa Rojas.

CONCLUSIONES

1.- El proyecto de la galería folclórica nace de la necesidad que existe por difundir las costumbres y tradiciones del pueblo montubio, ya que son un pueblo forjador de identidad y trabajan arduamente de sol a sol para darnos la productividad que nace de los campos de este país diverso, de esta manera estaremos demostrándoles que sus costumbres y tradiciones, merecen ser reconocidas.

2.- Otra razón para la motivación de este proyecto es la que exista un espacio que reúna estas características, que no solo se pueda investigar en una biblioteca buscando en libros sino que estudiantes, extranjeros y público en general pueda conocer las costumbres y tradiciones de este grupo étnico interactivamente con videos, demostraciones artísticas de danza y teatro, eliminando un concepto erróneo que se ha creado a lo largo del tiempo: “en el Ecuador todos son indios”, que el turista extranjero que visite la galería lleve a su destino un buen concepto, ya que Ecuador es un país pluricultural y multiétnico.

3.- El estado de resultados nos muestra que el proyecto es económicamente viable ya que se demuestra con una utilidad neta \$ 14.985,76 en el primer año recuperando la inversión en este mismo año.

4.- No solo siendo un negocio rentable sino que también fomentará el turismo cultural, ya que se trabajará a favor del turismo promocionando los sitios turísticos que tiene la provincia del Guayas a visitantes nacionales e internacionales, así como también se creará una página web y una cuenta de facebook en donde se promocionará a la galería como destino turístico cultural y los destinos turísticos mencionados en el contenido también serán promocionados en la web.

5.- Así como también fortalecerá la cultura montubia, ya se elabora un plan estratégico no solo de marketing sino también pensando en la parte educativa, creando convenios con colegios para que los alumnos puedan visitar la galería como parte de su enseñanza a menos costo de entrada.

RECOMENDACIONES

1.- Se recomienda al público en general despertar el interés de conocer y descubrir sobre la cultura montubia ya que forma parte de la historia de nuestro país la cual en nuestra actualidad se discrimina mucho al campesino sin saber el porqué de su dialecto y costumbres.

2.- Se invita a los grupos folclóricos y de teatro a aportar con un granito de arena para este proyecto, con sus conocimientos, y experiencias vividas a través del tiempo en cuanto al tema expresado en este proyecto, ya que este espacio busca reescribir la realidad del folclore montubio, sus inicios, así como también la vestimenta utilizada en cada baile y que valla de acuerdo a la verdadera historia.

3.- Se invita a los directivos de entidades educativas a incentivar a los estudiantes de investigar y descubrir sobre las diversas culturas que tiene el Ecuador, incluida en ella la cultura montubia la cual le ofrecemos un programa educativo para la enseñanza respectiva a sus alumnos.

4.- Se invita al departamento de turismo del Gobierno Provincial del Guayas a trabajar en conjunto con la galería folclórica para la promoción de los destinos culturales como son las rutas turísticas y también que incluya a la galería folclórica como destino cultural en su programa.

ANEXOS

ANEXO # 1 MODELO DE LA ENCUESTA

Encuesta

Esta encuesta es realizada para evaluar la creación de una Galería folclórica con fines de demostrar, fortalecer y valorizar las costumbres y tradiciones de los Montubios de la provincia del Guayas, así como también fomentar el turismo cultural en la ciudad de Guayaquil.

La información que usted genere es de uso confidencial y uso académico, por lo que se le pide total sinceridad en sus respuestas.

Datos Generales

Edad: 15 - 20 20 - 40 40 - 60
60 en adelante

Sexo: Masculino Femenino

Visitante: Nacional Internacional

1.- Es originario de la provincia del Guayas?

Si No

2.- Conoce usted las costumbres y tradiciones de los pueblos de la provincia del Guayas? Si No

3.- Cual de estas manifestaciones culturales conoce usted?

Gastronomía Danzas folclóricas Trajes típicos

Historia Artesanías Tradiciones Ninguna

4.- Si existiese un lugar que reúna estas manifestaciones para que usted las pueda conocer mejor, lo visitaría? Si No

ANEXO # 2 ENTREVISTA 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de

Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

ENTREVISTA

Tema: Propuesta para la creación de una Galería Folclórica enfocada a las costumbres y tradiciones de los montubios de la provincia del Guayas, para fomentar el turismo cultural y fortalecer la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil.

Entrevistado: Folclorista Gonzalo Freire.

Coreógrafo y directivo del Grupo Folcosta Ballet Regional.

1.- Cree usted que la propuesta de la creación de esta galería folclórica mencionada, fomentará el turismo cultural y fortalecerá la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil?

Si, indudablemente que fortalecerá la cultura montubia.

2.- Cual es su opinión sobre cómo y de qué manera aportará este proyecto a la comunidad?

Este tipo de proyecto como es la creación de una Galería folclórica itinerablemente tendrá un aporte inconmensurable en la ciudadanía , sobre todo en los jóvenes, será un lugar donde los estudiantes y maestros podrán encontrar la historia y como realmente es el folclore montubio ya que existe una escasa información de aquello en libros y revistas, esta galería vendría a ser como una biblioteca lo que ayudaría en el aprendizaje estudiantado y de la comunidad, creo q esto también va a crear conciencia y conocimiento directo también unificara criterios sobre la verdadera cultura costeña no solo a través de la galería sino de quienes aporten a ella.

3.- Si podría aportar con ideas a este proyecto para su mejora y viabilidad, que aconsejaría en pro de este proyecto?

Para que este proyecto sea completo tiene que equiparse no solamente con los elementos idóneos de la cultura costeña sino que tiene que estar acompañado y respaldado por la presencia artística en todas sus manifestaciones por ejemplo tiene que estar una persona especializada para haga las indicaciones descriptivas de la cultura montubia y se llegue a motivar el interés de los visitantes, así como también se debe mantener un espectáculo periódico ya sea de música, teatro, danza para que este proyecto no solo quede como una vitrina de exhibición sino para que valla naciendo el interés de irse involucrando directamente en lo artístico una vez que se haya conocido la parte teórica.

4.- Estaría dispuesto a ser parte de este proyecto como grupo artístico?

Por supuesto que estaría dispuesto a participar de este proyecto súper novedoso y pienso que a lo largo del tiempo se deberán sumar muchos grupos más para su aporte teórico de vivencias y conocimientos.



Firma

ANEXO # 3 ENTREVISTA 2



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de

Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

ENTREVISTA

Tema: Propuesta para la creación de una Galería Folclórica enfocada a las costumbres y tradiciones de los montubios de la provincia del Guayas, para fomentar el turismo cultural y fortalecer la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil.

Entrevistado: Sr. Ricardo De la Torre.

Director artístico del Grupo de Proyección Folclórica Nuestra Danza.

1.- Cree usted que la propuesta de la creación de esta galería folclórica mencionada, fomentará el turismo cultural y fortalecerá la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil?

Si ya que sería uno de los pocos espacios de este tipo en la ciudad donde le permitan a la gente apreciar la cultura montubia en su real dimensión, esto permitiría una difusión real la cual desembocaría en comentarios favorables en el exterior dado que se conoce muy poco de nuestro acervo cultural costeño fuera de nuestras fronteras.

3.- Si podría aportar con ideas a este proyecto para su mejora y viabilidad, que aconsejaría en pro de este proyecto?

Una idea adicional a este novedoso proyecto sería el que este espacio se convierta en un foro de discusión sobre la temática costeña, específicamente la montubia, ya que existen pocos textos y se conoce muy poco sobre la real historia del montubio y su cultura, este foro ayudaría a la recuperación constante de la memoria histórica y nos ayudaría a reescribirla desde una óptica de discusión técnica en la cual redescubramos nuestra historia y empecemos a hablar con propiedad y seguridad de nuestras costumbres costeñas.

4.- Estaría dispuesto a ser parte de este proyecto como grupo artístico?

Desde luego, la misión de los grupos folclóricos específicamente de danza, es utilizar todos los espacios posibles para difundir el arte vernacular costeña, y sería una excelente oportunidad para mostrar las propuestas artísticas desde nuestra óptica de proyección estética.



Firma

0907998868.

ANEXO # 4 ENTREVISTA 3



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de

Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

ENTREVISTA

Tema: Propuesta para la creación de una Galería Folclórica enfocada a las costumbres y tradiciones de los montubios de la provincia del Guayas, para fomentar el turismo cultural y fortalecer la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil.

Entrevistado: MSc. Balbina Isabel Payne Delgado

Directora de la Agrupación Teatral “RETABLILLO”

“Trabajando por el arte y la cultura popular 30 años, trabajando en la zona de tradiciones del parque histórico Guayaquil 5 años consecutivos y se ha realizado 7 obras de corte costumbrista montadas y puestas en escena, así como también trabajamos para ong, en temas de salud comunitaria y educativas.

1.-¿ Cree usted que la propuesta de la creación de esta galería folclórica mencionada, fomentará el turismo cultural y fortalecerá la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil?

Claro que sí, esto hará que las personas que visualicen la galería aprendan a cerca del folclore de nuestra región, además las opiniones vertidas por los visitantes pueden quedar escritas para cada día ir mejorando la galería.

2.-¿Cuál es su opinión sobre cómo y de qué manera aportará este proyecto a la comunidad?

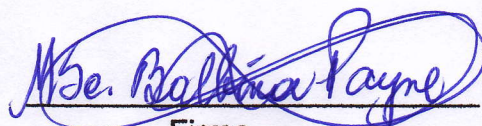
Mejorara los conocimientos de las personas sobre culturas existentes de nuestra región, y la comunidad tendrá un cambio de actitud en positivo sobre lo nuestro.

3.- Si podría aportar con ideas a este proyecto para su mejora y viabilidad, que aconsejaría en pro de este proyecto?

- Que la galería folclórica sea itinerante
- Que la galería folclórica sea llevada a los establecimientos educativos de nivel secundario y superior
- Que las ideas y argumentos de los visitantes, aportes escritos se los ponga en práctica en la galería.

4.- Estaría dispuesto a ser parte de este proyecto como grupo artístico?

Desde la óptica teatral enriqueceríamos mucho esta galería con oralidad enlazada con el teatro.



Firma

0910831320

isapay@hotmail.es

ANEXO N° 5

ANEXO # 5 Inversión Inicial

EFFECTIVO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Caja	1	5000	1000
TOTAL			5000

Gastos de Constitución	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tasas y permisos	1	200	200
TOTAL			200

EQUIPOS AUDIOVISUALES	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Infocus	1	450	450,00
pantalla portátil	1	350	350,00
equipos de sonido	1	300	300,00
reproductor Dvd	1	60	60,00
TOTAL			1.160,00

MUEBLES Y ENSERES	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio de madera	1	200	200,00
silla adicional	1	25	25,00
juego de mesa de plásticos con sillas	1	50	50,00
Armario de madera	1	850	850,00
lavadora	1	800	800,00
TOTAL			1.925,00

EQUIPOS DE COMPUTACION	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Laptop Hp 1000	1	700	700,00
TOTAL			700,00

Gastos de publicidad	MILLAR	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Volantes	1	40	40,00
tarjetas de presentación	1	30	30,00
TOTAL			70,00

EQUIPOS DE PRODUCCION	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maniqués	6	50	300,00
gigantografias 180x250	3	25	75,00
podium de madera (maniqués)	12	30	360,00
iluminación general (lámparas)	4	35	140,00
reflectores de ambiente	6	18	108,00
decoración de ambiente	1	50	50,00
Costo de trajes y accesorios			6.071,00
TOTAL			7.104,00

costo de trajes	UNIDADES	costo	VALOR TOTAL	alquiler	venta
traje de gala femenino	10	120	1200	20	200
traje de gala masculino	10	80	800	15	120
vestuario popular femenino	30	50	1500	10	75
vestuario popular masculino	30	30	900	10	50
Total			4400		

Accesorios	UNIDADES	costo	VALOR TOTAL	alquiler	venta
sombrero de gala femenino	10	12	120	5	25
Gargantilla	15	5	75	2	8
Peineta	20	1,5	30	1	3
zapatos de taco blanco/ negro	1	15	15	3	20
sombrero tostada	10	20	200	5	30
Bastón	10	5	50	1	8
sombrero pastora popular	30	4	120	1	8
sombrero de paja masculino	30	2	60	1	5
Botas	1	40	40	5	60
can-can	24	4	96		5
zapatos de lona	2	5	10		8
machete con vaina	30	18	540	3	25
Garabato	15	2	30	1	5
Canasta	15	4	60	1	8
par de espuelas	15	15	225	2	25
Total			1671		

Total

12.159,00

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 6

ANEXO # 6 DEPRECIACION Y AMORTIZACION

Tangible	Año de vida útil	Valor del bien	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Equipos de audiovisuales	10	1.160	116	10
Muebles y enseres	10	1.925	193	16
Equipos de computación	3	700	233	19
Equipos de producción	8	7.104	888	74
TOTAL			1.430	119

Intangible	Año de vida útil	Valor del bien	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Gastos de Constitución	5	200	40	3
TOTAL			40	3

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 7

ANEXO # 7 AMORTIZACION DEL PRESTAMO

Periodo	Saldo Capital	Pago Capital	Interés	Cuota Mensual	Saldo principal
1	8.511,30	110,38	69,79	180,17	8.400,92
2	8.400,92	111,28	68,89	180,17	8.289,64
3	8.289,64	112,20	67,98	180,17	8.177,44
4	8.177,44	113,12	67,06	180,17	8.064,33
5	8.064,33	114,04	66,13	180,17	7.950,28
6	7.950,28	114,98	65,19	180,17	7.835,31
7	7.835,31	115,92	64,25	180,17	7.719,39
8	7.719,39	116,87	63,30	180,17	7.602,51
9	7.602,51	117,83	62,34	180,17	7.484,68
10	7.484,68	118,80	61,37	180,17	7.365,89
11	7.365,89	119,77	60,40	180,17	7.246,12
12	7.246,12	120,75	59,42	180,17	7.125,36
13	7.125,36	121,74	58,43	180,17	7.003,62
14	7.003,62	122,74	57,43	180,17	6.880,88
15	6.880,88	123,75	56,42	180,17	6.757,13
16	6.757,13	124,76	55,41	180,17	6.632,37
17	6.632,37	125,79	54,39	180,17	6.506,59
18	6.506,59	126,82	53,35	180,17	6.379,77
19	6.379,77	127,86	52,31	180,17	6.251,91
20	6.251,91	128,90	51,27	180,17	6.123,01
21	6.123,01	129,96	50,21	180,17	5.993,05
22	5.993,05	131,03	49,14	180,17	5.862,02
23	5.862,02	132,10	48,07	180,17	5.729,92

24	5.729,92	133,19	46,99	180,17	5.596,73
25	5.596,73	134,28	45,89	180,17	5.462,45
26	5.462,45	135,38	44,79	180,17	5.327,07
27	5.327,07	136,49	43,68	180,17	5.190,59
28	5.190,59	137,61	42,56	180,17	5.052,98
29	5.052,98	138,74	41,43	180,17	4.914,24
30	4.914,24	139,87	40,30	180,17	4.774,37
31	4.774,37	141,02	39,15	180,17	4.633,35
32	4.633,35	142,18	37,99	180,17	4.491,17
33	4.491,17	143,34	36,83	180,17	4.347,83
34	4.347,83	144,52	35,65	180,17	4.203,31
35	4.203,31	145,70	34,47	180,17	4.057,61
36	4.057,61	146,90	33,27	180,17	3.910,71
37	3.910,71	148,10	32,07	180,17	3.762,60
38	3.762,60	149,32	30,85	180,17	3.613,29
39	3.613,29	150,54	29,63	180,17	3.462,75
40	3.462,75	151,78	28,39	180,17	3.310,97
41	3.310,97	153,02	27,15	180,17	3.157,95
42	3.157,95	154,28	25,90	180,17	3.003,67
43	3.003,67	155,54	24,63	180,17	2.848,13
44	2.848,13	156,82	23,35	180,17	2.691,32
45	2.691,32	158,10	22,07	180,17	2.533,21
46	2.533,21	159,40	20,77	180,17	2.373,82
47	2.373,82	160,71	19,47	180,17	2.213,11
48	2.213,11	162,02	18,15	180,17	2.051,09
49	2.051,09	163,35	16,82	180,17	1.887,74
50	1.887,74	164,69	15,48	180,17	1.723,05
51	1.723,05	166,04	14,13	180,17	1.557,00

52	1.557,00	167,40	12,77	180,17	1.389,60
53	1.389,60	168,78	11,39	180,17	1.220,82
54	1.220,82	170,16	10,01	180,17	1.050,66
55	1.050,66	171,56	8,62	180,17	879,11
56	879,11	172,96	7,21	180,17	706,15
57	706,15	174,38	5,79	180,17	531,77
58	531,77	175,81	4,36	180,17	355,96
59	355,96	177,25	2,92	180,17	178,71
60	178,71	178,71	1,47	180,17	0,00

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 8

ANEXO # 8 PROYECCION MENSUAL DE SUELDOS, AÑO 1

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Básico Anual	Decimo y tercero	Bono escolar	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal	Costo total anual	Costo total mensual
Gerente Administrativo	1	380	4560	380	340	190	0	934	6404	534
Asesor cultural	1	340	4080	340	340	170	0	836	5766	481
Guías	2	340	8160	340	340	170	0	1673	10683	890
conserje	1	340	4080	340	340	170	0	836	5766	481
TOTAL		1400	20880	1400	1360	700	0	4280	28620	2385

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 9

ANEXO # 9 PROYECCION MENSUAL DE SUELDOS, AÑO 2

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Sueldo Básico Anual	Decimo y tercero	Bono escolar	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal	Costo total anual	Costo total mensual
Gerente Administrativo	1	413,48	4961,74	413,48	369,95	206,739	413,48	1017,16	7382,54	615
Asesor cultural	1	369,954	4439,45	369,95	369,95	184,977	369,95	910,09	6644,37	554
Guias	2	369,95	4439,45	369,95	369,95	184,98	369,95	910	6644	554
conserje	1	369,95	4439,45	369,95	369,95	184,98	369,95	910	6644	554
TOTAL		1523,34	18280,08	1523,34	1479,82	761,67	1523,34	3747,42	27315,66	2276,31

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 10

ANEXO # 10 PROYECCION DE SUELDOS ANUAL

Cargo	Cantidad	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente Administrativo	1	6.405	208	7	0	0
Asesor cultural	1	5.766	187	6	0	0
Guías	2	10.683	347	11	0	0
conserje	1	5.766	187	6	0	0
TOTAL		28.620	930	30	1	0

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 11

ANEXO # 11 INGRESOS POR VENTAS

DESCRIPCION	CANT.	PRECIO UNIT.	CANTIDAD EXTRA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS				7105	13618	7105	7105	7105	7105
traje de gala femenino	5	150	10	750	1500	750	750	750	750
traje de gala masculino	5	120	10	600	1200	600	600	600	600
vestuario popular femenino	25	70	50	1750	3500	1750	1750	1750	1750
vestuario popular masculino	25	45	50	1125	2250	1125	1125	1125	1125
venta de trajes en miniatura	10	30	20	300	600	300	300	300	300
sombrero de gala femenino	10	25	20	250	500	250	250	250	250
Gargantilla	10	8	20	80	160	80	80	80	80
Peineta	10	3	20	30	60	30	30	30	30
sombrero tostada	5	30	10	150	300	150	150	150	150
sombrero pastora popular	5	8	8	40	64	40	40	40	40
sombrero de paja masculino	5	5	5	25	25	25	25	25	25
can-can	15	5	20	75	100	75	75	75	75
machete con vaina	5	25	10	125	250	125	125	125	125
sombrero paso fino	15	15	20	225	300	225	225	225	225
sombrero fino de paja toquilla	20	20	40	400	800	400	400	400	400
sombrero de cuero	5	30	10	150	300	150	150	150	150
botas de cuero masculino	2	120	0	240	480	240	240	240	240
llaveros sombrero de cuero	80	3	100	200	250	200	200	200	200
barco de madera Titanic	2	15	5	30	75	30	30	30	30
barco de velero	2	10	4	20	40	20	20	20	20

barco de balsa	2	6	4	12	24	12	12	12	12
joyeritos paja toquilla	20	2	40	30	60	30	30	30	30
llaveros de pajarito de paja toquilla	20	2	25	40	40	40	40	40	40
llaveros de sombrero de paja toquilla	60	1	400	30	100	30	30	30	30
bolsito de paja toquilla	12	4	20	48	80	48	48	48	48
abanico de paja toquilla	5	5	30	25	150	25	25	25	25
montubias de paja toquilla	20	3	50	50	125	50	50	50	50
llaveros de tagua	150	2	100	225	150	225	225	225	225
trío de botellas de cerámica	2	25	3	50	75	50	50	50	50
figuras en miniatura de balsa	5	6	10	30	60	30	30	30	30

DESCRIPCION	CANT.	COSTO. UNIT	CANTIDAD EXTRA	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
VENTAS				13.618	6.930	6.930	13.618	6.930	13.618	110.787
traje de gala femenino	5	150	10	1.500	750	750	1.500	750	1.500	
traje de gala masculino	5	120	10	1.200	600	600	1.200	600	1.200	
vestuario popular femenino	25	70	50	3.500	1.750	1.750	3.500	1.750	3.500	
vestuario popular masculino	25	45	50	2.250	1.125	1.125	2.250	1.125	2.250	
venta de trajes en miniatura	10	30	20	600	300	300	600	300	600	

sombrero de gala femenino	10	25	20	500	250	250	500	250	500
Gargantilla	10	8	20	160	80	80	160	80	160
Peineta	10	3	20	60	30	30	60	30	60
sombrero tostada	5	30	10	300	150	150	300	150	300
sombrero pastora popular	5	8	8	64	40	40	64	40	64
sombrero de paja masculino	5	5	5	25	25	25	25	25	25
can-can	15	5	20	100	75	75	100	75	100
machete con vaina	5	25	10	250	125	125	250	125	250
sombrero paso fino	15	15	20	300	225	225	300	225	300
sombrero fino de paja toquilla	20	20	40	800	400	400	800	400	800
sombrero de cuero	5	30	10	300	150	150	300	150	300
botas de cuero masculino	2	120	4	480	240	240	480	240	480
llaveros sombrero de cuero	80	3	100	250	200	200	250	200	250
barco de madera Titanic	2	15	5	75	30	30	75	30	75
barco de velero	2	10	4	40	20	20	40	20	40

barco de balsa	2	6	4	24	12	12	24	12	24
joyeritos paja toquilla	20	2	40	60	30	30	60	30	60
llaveros de pajarito de paja toquilla	10	2	20	40	20	20	40	20	40
llaveros de sombrero de paja toquilla	50	1	200	100	25	25	100	25	100
bolsito de paja toquilla	12	4	20	80	48	48	80	48	80
abanico de paja toquilla	5	5	30	150	25	25	150	25	150
montubias de paja toquilla	20	3	50	125	50	50	125	50	125
llaveros de tagua	50	2	100	150	75	75	150	75	150
trio de botellas de cerámica	2	25	3	75	50	50	75	50	75
figuras en miniatura de balsa	5	6	10	60	30	30	60	30	60

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 12

ANEXO # 12 INGRESOS POR ALQUILER

DESCRIPCION	CANT.	PRECIO UNIT.	CANTIDAD EXTRA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS				910	910	910	910	910	910
traje de gala femenino	10	20	20	200	200	200	200	200	200
traje de gala masculino	10	15	20	150	150	150	150	150	150
vestuario popular femenino	20	10	30	200	200	200	200	200	200
vestuario popular masculino	20	10	30	200	200	200	200	200	200
sombrero de gala femenino	5	5	10	25	25	25	25	25	25
Gargantilla	5	2	20	10	10	10	10	10	10
Peineta	10	1	20	10	10	10	10	10	10
sombrero tostada	5	5	15	25	25	25	25	25	25
Bastón	5	1	5	5	5	5	5	5	5
sombrero pastora popular	10	1	20	10	10	10	10	10	10
sombrero de paja masculino	10	1	20	10	10	10	10	10	10
machete con vaina	15	3	25	45	45	45	45	45	45
Garabato	5	1	10	5	5	5	5	5	5
Canasta	5	1	10	5	5	5	5	5	5
par de espuelas	5	2	10	10	10	10	10	10	10

DESCRIPCION	CANT.	PRECIO UNIT.	CANTIDAD EXTRA	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
VENTAS				1.645	910	910	1.645	910	1.645	13.125
traje de gala femenino	10	20	20	400	200	200	400	200	400	
traje de gala masculino	10	15	20	300	150	150	300	150	300	
vestuario popular femenino	20	10	30	300	200	200	300	200	300	
vestuario popular masculino	20	10	30	300	200	200	300	200	300	
sombrero de gala femenino	5	5	10	50	25	25	50	25	50	
Gargantilla	5	2	20	40	10	10	40	10	40	
Peineta	10	1	20	20	10	10	20	10	20	
sombrero tostada	5	5	15	75	25	25	75	25	75	
Bastón	5	1	5	5	5	5	5	5	5	
sombrero pastora popular	10	1	20	20	10	10	20	10	20	
sombrero de paja masculino	10	1	20	20	10	10	20	10	20	
machete con vaina	15	3	25	75	45	45	75	45	75	
Garabato	5	1	10	10	5	5	10	5	10	
Canasta	5	1	10	10	5	5	10	5	10	
par de espuelas	5	2	10	20	10	10	20	10	20	

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 13

ANEXO # 13 GASTOS GENERALES

	CANT.	COSTO. UNIT	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
DESCRIPCION								
GASTOS ADMINISTRATIVOS			2.280	4.665	4.665	4.665	4.665	4.715
SUELDOS	1	2.385	2.385	2.385	2.385	2.385	2.385	2.385
ARRIENDO DE LOCAL	1	500	500	500	500	500	500	500
SERV.BASICOS	1	100	100	100	100	100	100	100
MANTENIMIENTO	1	50						50
PAGO A GRUPOS FOLCLORICOS Y TEATRO	3	560	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680
GASTOS DE VENTA			0	0	0	0	0	70
GASTOS DE PUBLICIDAD		70						70
GASTOS FINANCIEROS			70	69	68	67	66	65
Int. Préstamo			70	69	68	67	66	65

	CANT.	COSTO. UNIT	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
DESCRIPCION									
GASTOS ADMINISTRATIVOS			4.665	4.665	4.665	4.665	4.665	4.715	53.695
SUELDOS	1	2.385	2.385	2.385	2.385	2.385	2.385	2.385	28.620
ARRIENDO	1	500	500	500	500	500	500	500	6.000
SERV.BASICOS	1	100	100	100	100	100	100	100	1.300
MANTENIMIENTO	1	50						50	100
PAGO A GRUPOS FOLCLORICOS	3	560	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680
GASTOS DE VENTA			0	0	0	0	0	70	140

GASTOS DE PUBLICIDAD	1	70						70	70
GASTOS FINANCIEROS			64	63	62	61	60	59	776
Int. Préstamo			64	63	62	61	60	59	371

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 14

ANEXO # 14 PROYECCION DE GASTOS GENERALES ANUAL

	CANT.	COSTO. UNIT	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
DESCRIPCION									
GASTOS ADMINISTRATIVOS			4.665	4.665	4.665	4.665	4.665	4.715	53.695
SUELDOS	1	2.385	2.385	2.385	2.385	2.385	2.385	2.385	28.620
ARRIENDO	1	500	500	500	500	500	500	500	6.000
SERV.BASICOS	1	100	100	100	100	100	100	100	1.300
MANTENIMIENTO	1	50						50	100
PAGO A GRUPOS FOLCLORICOS	3	560	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680	1.680
GASTOS DE VENTA			0	0	0	0	0	70	140
GASTOS DE PUBLICIDAD	1	70						70	70
GASTOS FINANCIEROS			64	63	62	61	60	59	776
Int. Préstamo			64	63	62	61	60	59	371

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 15

ANEXO # 15 COSTOS OPERACIONALES MENSUALES

RUBRO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD EXTRA	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
MERCADERIA				6628	6628	6628	6628	6628	7835
traje de gala femenino	7	120,00	12	840	840	840	840	840	840
traje de gala masculino	7	80,00	12	560	560	560	560	560	560
vestuario popular femenino	27	50,00	52	1350	1350	1350	1350	1350	1350
vestuario popular masculino	27	30,00	52	810	810	810	810	810	810
venta de trajes en miniatura	12	20,00	22	240	240	240	240	240	240
asesorías culturales	4	200,00	8	800	800	800	800	800	1600
sombrero de gala femenino	12	12,00	22	144	144	144	144	144	264
Gargantilla	12	5,00	22	60	60	60	60	60	110
Peineta	12	1,50	22	18	18	18	18	18	33
sombrero tostada	7	20,00	12	140	140	140	140	140	240
sombrero pastora popular	7	4,00	10	28	28	28	28	28	40
sombrero de paja masculino	7	2,00	7	14	14	14	14	14	14
can-can	17	4,00	22	68	68	68	68	68	88
machete con vaina	7	18,00	12	126	126	126	126	126	216
sombrero paso fino	17	8,00	22	136	136	136	136	136	136
sombrero original de paja toquilla	22	20,00	42	440	440	440	440	440	440
sombrero de cuero	7	18,00	12	126	126	126	126	126	126
botas de cuero masculino	2	80,00	4	160	160	160	160	160	160
llaveros sombrero de cuero	82	1,50	102	123	123	123	123	123	123
barco de madera Titanic	4	10,00	7	40	40	40	40	40	40
barco de velero	4	7,00	6	28	28	28	28	28	28
barco de balsa	4	4,50	6	18	18	18	18	18	18
joyeritos paja toquilla	22	0,80	42	18	18	18	18	18	18

llaveros de pajarito de paja toquilla	22	1,50	27	33	33	33	33	33	33
llaveros de sombrero de paja toquilla	62	0,25	402	16	16	16	16	16	16
bolsito de paja toquilla	14	2,50	22	35	35	35	35	35	35
abanico de paja toquilla	7	2,50	32	18	18	18	18	18	18
montubias de paja toquilla	22	1,50	52	33	33	33	33	33	33
llaveros de tagua	152	0,75	102	114	114	114	114	114	114
trío de botellas de ceramica	4	18,00	5	72	72	72	72	72	72
figuras en miniatura de balsa	7	3,00	12	21	21	21	21	21	21
MANO DE OBRA DIRECTA				3275	3275	3275	3275	3275	3275
Gerente Administrativo	1	534		534	534	534	534	534	534
Asesor cultural	1	481		481	481	481	481	481	481
Guías	2	890		1780	1780	1780	1780	1780	1780
Conserje	1	481		481	481	481	481	481	481

RUBRO	CANTIDAD AD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD EXTRA	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
MERCADERIA				12039,10	6627,60	6627,60	12039,10	6627,60	12039,10	96972,70
traje de gala femenino	7	120,00	12	1440	840	840	1440	840	1440	11880
traje de gala masculino	7	80,00	12	960	560	560	960	560	960	7920
vestuario popular femenino	27	50,00	52	2600	1350	1350	2600	1350	2600	19950
vestuario popular masculino	27	30,00	52	1560	810	810	1560	810	1560	11970
venta de trajes en miniatura	12	20,00	22	440	240	240	440	240	440	3480
asesorías culturales	4	200,00	8	1600	800	800	1600	800	1600	12800
sombrero de gala femenino	12	12,00	22	264	144	144	264	144	264	2208

Gargantilla	12	5,00	22	110	60	60	110	60	110	920
Peineta	12	1,50	22	33	18	18	33	18	33	276
sombrero tostada	7	20,00	12	240	140	140	240	140	240	2080
sombrero pastora popular	7	4,00	10	40	28	28	40	28	40	384
sombrero de paja masculino	7	2,00	7	14	14	14	14	14	14	168
can-can	17	4,00	22	88	68	68	88	68	88	896
machete con vaina	7	18,00	12	216	126	126	216	126	216	1872
sombrero paso fino	17	8,00	22	176	136	136	176	136	176	1752
sombrero original de paja toquilla	22	20,00	42	840	440	440	840	440	840	6480
sombrero de cuero	7	18,00	12	216	126	126	216	126	216	1782
botas de cuero varon	2	80,00	4	320	160	160	320	160	320	2400
llaveros sombrero de cuero	82	1,50	102	153	123	123	153	123	153	1566
barco de madera Titanic	4	10,00	7	70	40	40	70	40	70	570
barco de velero	4	7,00	6	42	28	28	42	28	42	378
barco de balsa	4	4,50	6	27	18	18	27	18	27	243
joyeritos paja toquilla	22	0,80	42	34	18	18	34	18	34	259
llaveros de pajarito de paja toquilla	22	1,50	27	41	33	33	41	33	41	419
llaveros de sombrero de paja toquilla	62	0,25	402	101	16	16	101	16	101	441
bolsito de paja toquilla	14	2,50	22	55	35	35	55	35	55	480
abanico de paja toquilla	7	2,50	32	80	18	18	80	18	80	398
montubias de paja toquilla	22	1,50	52	78	33	33	78	33	78	531
llaveros de tagua	152	0,75	102	77	114	114	77	114	77	1256
trío de botellas de cerámica	4	18,00	5	90	72	72	90	72	90	918
figuras en miniatura de balsa	7	3,00	12	36	21	21	36	21	36	297
MANO DE OBRA DIRECTA				3275	3275	3275	3275	3275	3275	39303

Gerente Administrativo	1	534		534	534	534	534	534	534	6405
Asesor cultural	1	481		481	481	481	481	481	481	5766
Guías	2	890		1780	1780	1780	1780	1780	1780	21366
Conserje	1	481		481	481	481	481	481	481	5766

Elaborado por: Vanessa Rojas.

ANEXO N° 16

ANEXO # 16 PROYECCION DE COSTOS OPERACIONALES ANUAL

RUBRO	Cantidad	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
MERCADERIA	1	96.973	101.007	105.209	109.585	114.144
traje de gala femenino	1	11.880	12.374	12.889	13.425	13.984
traje de gala masculino	1	7.920	8.249	8.593	8.950	9.322
vestuario popular femenino	1	19.950	20.780	21.644	22.545	23.483
vestuario popular masculino	1	11.970	12.468	12.987	13.527	14.090
venta de trajes en miniatura	1	3.480	3.625	3.776	3.933	4.096
asesorías culturales	1	12.800	13.332	13.887	14.465	15.067
sombrero de gala femenino	1	2.208	2.300	2.396	2.495	2.599
Gargantilla	1	920	958	998	1.040	1.083
Peineta	1	276	287	299	312	325
sombrero tostada	1	2.080	2.167	2.257	2.351	2.448

sombrero pastora popular	1	384	400	417	434	452
sombrero de paja masculino	1	168	175	182	190	198
can-can	1	896	933	972	1.013	1.055
machete con vaina	1	1.872	1.950	2.031	2.115	2.203
sombrero paso fino	1	1.752	1.825	1.901	1.980	2.062
sombrero original de paja toquilla	1	6.480	6.750	7.030	7.323	7.627
sombrero de cuero	1	1.782	1.856	1.933	2.014	2.098
botas de cuero masculino	1	2.400	2.500	2.604	2.712	2.825
llaveros sombrero de cuero	1	1.566	1.631	1.699	1.770	1.843
barco de madera Titanic	1	570	594	618	644	671
barco de velero	1	378	394	410	427	445
barco de balsa	1	243	253	264	275	286
joyeritos paja toquilla	1	259	270	281	293	305
llaveros de pajarito de paja toquilla	1	419	436	454	473	493
llaveros de sombrero de paja toquilla	1	441	459	478	498	519
bolsito de paja toquilla	1	480	500	521	542	565
abanico de paja toquilla	1	398	414	431	449	468
montubias de paja toquilla	1					

		531	553	576	600	625
llaveros de tagua	1	1.256	1.308	1.362	1.419	1.478
trío de botellas de cerámica	1	918	956	996	1.037	1.081
figuras en miniatura de balsa	1	297	309	322	336	350
MANO DE OBRA DIRECTA	1	39.303	40.938	42.641	44.415	46.263
Gerente Administrativo	1	6.405	6.671	6.949	7.238	7.539
Asesor cultural	1	5.766	6.006	6.256	6.516	6.787
Guías	2	21.366	22.254	23.180	24.144	25.149
Conserje	1	5.766	6.006	6.256	6.516	6.787
TOTAL		136.276	141.945	147.850	154.000	160.407

Elaborado por: Vanessa Rojas.

BIBLIOGRAFÍA

Asociación Española para la calidad. (2013). *Aseguramiento de la calidad*. Recuperado el 23 de Octubre de 2013, de <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/aseguramiento-de-la-calidad>

Canavos, G. C. (2013). *Probabilidad y Estadística. Aplicaciones y Metodos*. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://www.slideshare.net/Agenteeee/probabilidad-y-estadstica-george-canavos>

Consejo Nacional de la cultura y las Artes. (2008). *Concepto de centro cultural*. Recuperado el 14 de octubre de 2013, de <http://culturadehospicio.wordpress.com/2008/08/05/concepto-de-centro-cultural/>

En contexto. (s.f.). Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://encontexto.com/temas/investigacion/metodologia-de-la-investigacion-2-328.html>

Ferrer, J. (2010). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://metodologia02.blogspot.com/p/tecnicas-de-la-investigacion.html>

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas. (2013). *Siluetas Montubias. Una aproximación a la fenomenología de la cultura montubia y sus tradiciones*. Guayaquil: Programa editorial de la Dirección de la Cultura gobierno autónomo descentralizado provincial del Guayas.

Gobierno Provincial del Guayas. (2013). *Cantones de la Provincia del Guayas*. Recuperado el 05 de Octubre de 2013, de <http://www.guayas.gob.ec/>

Gobierno Provincial del Guayas. (2013). *Historia de la Provincia del Guayas*. Recuperado el 01 de Octubre de 2013, de <http://www.guayas.gob.ec/historia>

Herrera, M. (2011). *Formula para calculo de la muestra poblaciones finitas*. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>

Jimenez, E. (2013). *Museo de trajes Regionales de Colombia*. Recuperado el 10 de Agosto de 2013, de http://m.museodetrajeregionales.com/movil/?page_id=24

Massucco, J. (2004). *Segunda edicion corregida. El Nosotros. Comunicacion, identidad y ciudadania.* . Fundacion catedra Iberoamericana.

Ministerio de Turismo. (2002). *Ley de Turismo.* Recuperado el 18 de Octubre de 2013, de <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/lotaipdiciembre2012/LOTAIP/BASE%20LEGAL/LEY%20DE%20TURISMO.PDF>

Organizacion Mundial del Turismo. (2005-2007). *Entender el turismo: Glosario basico.* Recuperado el 20 de Septiembre de 2013, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Portugal, M. (2007). *Concepto de Cultura.* Recuperado el 14 de octubre de 2013, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>

Reyes, L. (17 de Octubre de 2012). El papel de las Galerias de Arte. Recuperado el 20 de Octubre de 2013, de <http://papeldeperiodico.com/2012/10/17/el-papel-de-las-galerias-de-arte/>

Ruiz, H. A. (2007). *Concepto de Cultura.* Recuperado el 12 de octubre de 20013, de <http://elmontubio.blogspot.com/2007/10/la-cultura-montubia.html>.

Ruiz, J.E. (1996). EL MONTUBIO un forjador de identidad. Guayaquil: Poligráfica.

Serna, H. (2011). *Servicio de atencion al cliente.* Recuperado el 23 de Octubre de 2013, de <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>

Sistema Nacional de Información. (2013). Recuperado el 18 de Octubre de 2013, de <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

Vives, P. (2009). *Centro de cultura.* Recuperado el 14 de octubre de 2013, de <http://oficinadegestioncultural.wordpress.com/2009/04/01/centro-cultural/>