



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL

Previa a la obtención del grado de

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

TEMA DEL PROYECTO:

**“Estudio de factibilidad para la Implementación de un
Museo Etnográfico en Punta Prieta Guest House localizado
en Jama provincia de Manabí”**

Elaborado por

Julio César Alcívar Poveda

Director/a del Proyecto de Titulación:

Ing. Vanessa Ponce Solórzano, Mgs

Guayaquil, diciembre de 2012

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios por haber sido mi guía en este camino hacia el éxito, brindándome salud, esperanza y sabiduría.

Agradezco a mis padres quienes a pesar de todas las dificultades presentadas durante todos estos años nunca dieron un paso a tras y que más bien me ayudaron a conseguir este anhelado logro.

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios y a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi futuro y bienestar. Demostrando absoluta confianza en mí y brindándome su apoyo en los momentos más difíciles de mi vida.

También se lo dedico a mi pequeña hija Danna, que es una nueva vida que llegó durante este proceso de formación.

Julio César Alcívar P.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante
JULIO CÉSAR POVEDA JULIO CÉSAR como requerimiento parcial para la obtención del título
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS.

Guayaquil, diciembre del año 2012

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Vanessa Ponce Solórzano, Mgs

REVISOR DE CONTENIDO:

Eco. Shirley Segura Ronquillo, Mgs

REVISOR METODOLÓGICO:

Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Julio César Alcívar Poveda

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado "Estudio de factibilidad para la Implementación de un Museo Etnográfico en Punta Prieta Guest House localizado en Jama provincia de Manabí", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

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

Guayaquil, diciembre del año 2012

Julio César Alcívar Poveda





AUTORIZACIÓN

Julio César Alcívar Poveda

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: **"Estudio de factibilidad para la Implementación de un Museo Etnográfico en Punta Prieta Guest House localizado en Jama provincia de Manabí"**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

Julio César Alcívar Poveda

Índice

Introducción	13
1.- El problema de investigación	14
1.1 Antecedentes	14
1.2 Planteamiento del problema	15
1.3 Formulación del problema	17
1.4 Justificación de la investigación/proyecto	17
1.5 Objetivos del diagnóstico	19
1.5.1 Objetivo General	19
1.5.2 Objetivos Específicos	19
1.5.3 Metas	19
2.- Marco Teórico	20
2.1.- Marco Referencial	20
2.2.- Sociedad Jama-Coaque	20
2.2.1 Los centros urbanos	21
2.2.2 La cerámica	21
2.2.3 La metalurgia	22
2.2.4 Vestidos, adornos y diferencia social	22
2.3 Marco Conceptual	24
2.3.1 Turismo Definición	24
2.3.2 Turismo Cultural	25
2.3.3 Museo Definición	26
2.3.4 Museo Etnográfico	27
2.3.5 Etnografía	27
2.3.6 Museología y Museografía	28
2.3.7 Patrimonio Cultural	29
2.3.8 Identidad Cultural	29
2.3.9 Turismo Comunitario	30
2.4.- Marco Legal	31
2.4.1 Pasos Legales	31
2.4.2 Patrimonio Cultural	31
2.4.3 Registro Único de Contribuyentes	31
2.4.4 Inscripción a la Superintendencia de Compañía	32
2.4.5 Registro en el Ministerio de Turismo para la Implementación de Proyecto	32
2.4.6 Afiliación al CAPTUR	33
2.4.7 Personas Jurídicas	33
2.4.8 Copia del Nombramiento del representante legal de la empresa	34
3.- Metodología de la investigación	35
3.1 Enfoque de la Investigación	35
3.2 Diseño de la investigación de Mercados	35
3.3 Métodos a tener en cuenta para el desarrollo de la investigación	35
3.3.1 Método Cualitativo	35
3.3.2 Método Cuantitativo	36
3.4 Instrumentos y técnicas de Investigación	36
3.4.1 Encuestas	36
3.4.2 Entrevistas	36
3.5 Investigación de Mercado	37
3.5.1 Tamaño de la muestra	37
3.5.2 Cálculo de la muestra	37
3.6 Diseño de Instrumentos de Investigación	38
3.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	39
3.7.1 Resultado de la investigación de Mercado entre los residentes de Jama	39
3.7.4 Entrevista dirigida al Asistente de la Municipalidad de la comunidad de Jama	53
3.7.5 Entrevista dirigida al Jefe de Turismo de la comunidad de Jama	56
4. ANÁLISIS EXTERNO	58
4.1 Situación General del Ecuador	58
4.1.1 Político	58
4.1.2 Económico	59

4.1.3 Social	67
4.1.4 Tecnológico	69
4.2 Factores críticos de éxito.....	71
4.2.1 Cadena de Valor de Servicios	71
4.2.2 Marketing.....	72
4.2.3 Ventas	72
4.2.4 Logística	72
4.2.5 Prestación de Servicio	73
4.2.6 Servicio Post Venta	74
4.2.7 Clientes	74
4.2.8 Dirección General y de Recursos Humanos.....	74
4.2.9 Organización Interna y Tecnológica.....	75
4.2.10 Infraestructura y ambiente.....	75
4.2.11 Abastecimiento.....	75
4.3 Plan de Marketing	76
4.3.1 Producto.....	76
4.3.2 Precio	78
4.3.3 Plaza.....	79
4.3.4 Promoción.....	80
4.4 Desarrollo de la propuesta.....	84
4.4.1 Macro localización del proyecto.....	84
4.4.2 Micro localización del Proyecto.....	85
4.4.3 Introducción.....	85
4.4.4 Nombre del Establecimiento.....	86
4.4.5 LOGO Y ESLOGAN	86
4.4.6 ORGANIGRAMA.....	87
4.4.7 Análisis F.O.D.A.	88
4.4.7 Misión del proyecto.....	90
4.4.8 Visión del proyecto.....	90
4.4.9 Definición del negocio.....	90
4.4.10 El personal y sus funciones.....	91
4.4.11 Clasificación del Público.....	94
4.4.12 Horarios de Atención.....	95
4.5 Ingeniería del Proyecto.....	95
4.5.1 Adquisición del terreno/local	95
4.5.2 Diseño de Proyecto.....	96
4.5.3 Diseño de Planta.....	97
4.5.4 Estudio de los materiales de construcción	98
4.6 ANÁLISIS DE IMPACTOS	100
4.6.1 BASES TEÓRICAS	100
4.6.2 Matriz de valoración.....	100
4.6.3 CRITERIOS.....	101
4.6.4 Impacto Socio-Económico	102
4.6.5 Impacto Socio-Cultural	104
4.6.6 Impacto Ambiental.....	106
4.6.7 Impacto Empresarial.....	108
4.6.8 Impactos Generales.....	110
5.- Análisis financiero	112
5.1 Inversión inicial requerida.....	112
5.2 Tasas de Depreciación y Amortización vigentes.....	114
5.3 Amortización de inversiones.....	115
5.4 Rol de pagos	117
5.5 DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	121
5.6 FINANCIAMIENTO	124
5.7 Proyecciones de Ventas.....	126
5.8 Cálculo del costo de la mano de obra directa y otros sueldos indirectos.....	128
5.8.1 COSTOS DIRECTOS	128
5.8.2 COSTOS INDIRECTOS.....	129
5.9 Determinación de costo de producción/operación: compras de materia prima y mano de obra directa.....	130

5.10 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS ANUAL	131
Cuadro No 41: Balance General Proyectado	133
5.11 Análisis de Estados Financieros.....	134
5.12 EVALUACIÓN.....	135
5.13 Análisis de Sensibilidad	136
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	139
Bibliografía y otras y otras reproducciones científicas citadas	
NEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No 1: Ingresos generados: Artesanías y joyas (dólares).....	57
Cuadro No 2 Inflación de los últimos dos años.....	62
Cuadro No3: Tasa de interés últimos dos años.....	63
Cuadro No 4: Tasa de Interés últimos dos años	64
Cuadro No. 5 DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL POR EDAD	65
Cuadro No. 6 Crecimiento Poblacional-Variación Porcentual	66
Cuadro No 7 Estudio materiales de construcción.....	96
Cuadro No 8 Instalación eléctrica.....	97
Cuadro No 9 Cerramiento frontal y mano de obra	97
Cuadro No 10: Matriz de valoración.....	98
Cuadro No11: Criterios	99
Cuadro No12: Matriz de impacto Socio-Económico	100
Cuadro No 13: Matriz de impacto Socio-Cultural.....	102
Cuadro No 14: Matriz de impacto Ambiental	104
Cuadro No 15: Matriz de Impacto Empresarial.....	106
Cuadro No 16: Matriz de Impactos Generales.	108
Cuadro No 17: Activos Fijos.....	110
Cuadro No 18: Activos Intangibles y Diferidos	111
Cuadro No 19: Depreciación Activos Fijos.....	114
Cuadro No 20: Amortización Activos Pre-operacionales	114
Cuadro No 21: Impuesto a la renta 2012	119
Cuadro No 22: Nómina de empleados	120
Cuadro No 23: Provisiones	120
Cuadro No 24: Rol de Pagos Mensual	121
Cuadro No 25: Provisiones e impuestos Mensual	121
Cuadro No 26: Rol de pagos Año 1	121
Cuadro No 27: Provisiones e Impuestos Año 1	122
Cuadro No 28: Financiamiento	122
Cuadro No 29: Amortización	123
Cuadro No 30: Amortización del préstamo mensual.....	123
Cuadro No 31: Incremento en Unidades.....	125
Cuadro No 32: Incremento en ventas.....	125
Cuadro No 33 Dólares/Años	126
Cuadro No 34: Costos mano de obra directa	127
Cuadro No 35: Costos Indirectos	127
Cuadro No 36: Incremento Anual en Costos Directos e Indirectos	128
Cuadro No 37: Materia Prima	128
Cuadro No 38: Materiales Extras.....	127
Cuadro No 39: Estado de Pérdidas y Ganancias	129
Cuadro No 40: Flujo de caja	130
Cuadro No 41: Balance General Proyectado	131
Cuadro No 42: Índices Financieros.....	132
Cuadro No 43: Índices Nominales.....	132
Cuadro No 44: Tasa de Rendimiento Promedio	132
Cuadro No 45: Índices Descontados.....	132
Cuadro No 46: Ratios-Riesgo-Razones Financieras	133
Cuadro No 47: Análisis Costo Unitario	134
Cuadro No 48: Análisis costo unitario 2.....	134
Cuadro No 49: Escenario Incremento sobre costo directos e indirectos.....	135
Cuadro No 50: Volumen de producción	135

Cuadro No 51: Precio de venta para mantener utilidad operativa.....	135
Cuadro No 52: Análisis de sensibilidad.....	136

ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico No 1: Consideración de Jama como catón turístico.....	39
Gráfico No 2: Consideración de la importancia del valor histórico como factor fundamental para el desarrollo de la actividad turística.....	40
Gráfico No 3: Consideración a la creación de un museo etnográfico para el fortalecimiento del valor histórico del cantón.....	41
Gráfico No 4 : Consideración a la implementación del museo etnográfico en el Punta Prieta Guest House.....	41
Gráfico No 5: Disposición de la comunidad en trabajar en cuanto al fortalecimiento del proyecto.	42
Gráfico No 6: Género de los encuestados	43
Gráfico No 7: Rango de edades de los encuestados.....	43
Gráfico No 8 Nivel educativo de los encuestados	44
Gráfico No 9: Tipo de turismo que realizan en sus viajes	44
Gráfico No 10: Frecuencia de visitas a museos	45
Gráfico No 11: Visitas a la localidad de Jama	45
Gráfico No 12: Meses del año en el cual visitarían la localidad de Jama con fines turísticos	46
Gráfico No 13 Cuando realiza sus viajes, lo hace.....	47
Gráfico No 14: Número de acompañantes.....	47
Gráfico No 15: Le gustaría visitar un museo en el cantón Jama?.....	48
Gráfico No 16: Tipos de museo que les gustaría visitar	48
Gráfico No 17 Nivel de importancia.....	49
Gráfico No 18: Medios en los que desearían conocer la oferta turística de Jama	50
Gráfico No 19: Suele comprar artesanías en sus viajes de turismo	51
Gráfico No 20: Le gustaría comprar artesanías con diseños precolombinos.....	51
Gráfico No 21: Cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar a un museo?.....	52
Gráfico No. 22 Producto Interno Bruto.....	60
Gráfico No. 23 Contribución de las industrias a la variación del PIB	61
Gráfico No. 24 Desocupación total y por sexo.....	62
Gráfico No. 25 Distribución de la PEA.....	63
Gráfico No 26: Inflación de los últimos dos años	63
Gráfico No 27 Tasa de Interés activa de los dos últimos años.....	65
Gráfico No 28: Tasa de Interés Pasiva de los dos últimos años... ¡Error! Marcador no definido.	
Gráfico No. 29 Crecimiento Poblacional-Variación Porcentual.....	69
Gráfico No. 30 Acceso a Internet-Áreas Rurales	70
Figura # 1: Macro localización del proyecto.....	84
Figura # 2: Micro localización del proyecto	85
Figura # 3 Logo y Eslogan	86

RESUMEN EJECUTIVO

En este análisis se presenta el estudio de factibilidad de la creación de un Museo Etnográfico en el Cantón Jama, este proyecto pretende propiciar un desarrollo turístico en la zona, que beneficie a toda la comunidad, haciendo énfasis en la restauración de riqueza ancestral de una sociedad como la de Jama-Coaque así como del potencial recreativo para el turismo. Con la intención de conocer la opinión y aceptación de este proyecto se realizó una debida investigación de mercado en la provincia de Manabí y en la comunidad de Jama, sector a implementar dicho proyecto.

Este proyecto estará financiado a través de accionistas, que aportaran con el 30%, el cual sería \$28.080,6 de la inversión total \$95.080,6 .El accionista mayoritario y propietario del hotel aportará con el 66% de los \$28.080,6, el resto de accionistas aportaran el 34% restante de los \$28.080,6. Por otra parte, el 70% restante de la inversión estará dada por préstamo a la CFN.

Una vez analizado los aspectos financieros para la creación del proyecto, da como resultado que el periodo de recuperación de la inversión será de 4 años aproximadamente. A esto podemos incluir una TIR de 29% y un VAN de \$ 101.413.

En conclusión, la creación de este proyecto dará un espacio de esparcimiento y aprendizaje para familias y visitantes que deseen conocer las riquezas que posee cada comunidad a través del perfil costanero del país, ya que según el estudio de mercado realizado, al menos el 54% de la población encuestadas visita museos en sus viajes, lo que indica una buena aceptación por parte de las personas a las cuales va dirigido el presente proyecto.

Palabras claves: Museo Etnográfico, desarrollo turístico, restauración de riqueza, sociedad Jama-Coaque.

ABSTRACT

This analysis presents the feasibility study for the creation of an Ethnographic Museum in Canton Jama, this project aims to promote tourism development in the area, which benefits the entire community, with emphasis on the restoration of ancestral wealth of a society as the Jama-Coaque and recreational potential for tourism. In order to know the opinion and acceptance of this project was proper to make a research in the province of Manabi and Jama community, sector to implement the project.

This project will be funded by shareholders, who will contribute to 30%, which would be \$ 28,080.6 total investment of \$ 95,080.6. Majority shareholder and owner of the hotel will contribute to 66% of \$ 28,080.6; the rest shareholders contribute the remaining 34% of the \$ 28,080.6. Moreover, the remaining 70% of the investment will be a loan by the CFN.

After analyzing the financial aspects for the creation of the project results in the period of payback is 4 years. This can include an IRR of 29% and a NPV of \$ 101,413.

In conclusion, this project will create a recreational and learning for families and visitors who want to know the wealth held by each community through the coastal profile of the country, since according to the market survey, at least 54% surveyed population visit museums on their trips, indicating good acceptance by the persons to whom it may concern this project.

Keywords: Ethnographic Museum, tourism development, restoration of wealth, Jama-Coaque society.

Introducción

A través de los años se ha observado la falta de interés en conservar el gran valor histórico-cultural que poseen las comunidades localizadas a lo largo de la costa ecuatoriana, lo cual ha traído consigo la pérdida de su identidad.

En la actualidad se ha surgido una interesante predisposición a considerar la importancia de la cultura, como uno de los importantes factores merecedores de desarrollo a través de la actividad turística y en especial el *turismo cultural*. Considerando este aspecto crea una verdadera garantía para la supervivencia de los pueblos con historia ancestral.

Nuestro país es dueño de incontables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por la imponente de sus paisajes únicos y misteriosos destacando su impresionante forma de vida, que hacen de este un destino con identidad apreciado por propios y extraños, por ende, la actividad turística es un elemento importante en el país por ser una nueva opción productora de oportunidades económicas dirigidas a las comunidades locales y a la generación de recursos económicos para los procesos de conservación. Actualmente nuestro país considera al turismo cultural como la importante fuente de empleo, lo que crea divisas económicas dentro de las comunidades y a la vez estos se reinvierten en la necesidad de conservar las manifestaciones culturales que posee el Ecuador.

Por tal motivo el desarrollo de la presente investigación buscará dar a conocer en forma clara los distintos conceptos, definiciones, consecuencias y demás actividades que se deberán tomar en cuenta para el rescate de la cultura, en especial la de la comunidad Jama-Coaque.

CAPÍTULO I

1.- El problema de investigación

1.1 Antecedentes

Con el venir de los años, el Turismo Cultural se ha convertido en una de las actividades de mayor auge, pero lamentablemente la falta de interés de los gobiernos locales, así como de las comunidades es lo que ha provocado el olvido en muchos de estos pueblos.

El Cantón Jama ubicado en la provincia de Manabí no es la excepción, ya que se ha visto afectado por la falta de interés en rescatar el potencial histórico, cultural y turístico del que es dueña la localidad de Jama.

Además, del potencial cultural que posee la localidad, está la majestuosa riqueza natural que tienen este sector la cual deber ser valorizada de la mejor manera sin dejar a un lado la conciencia ambiental con la que todos debemos ser partícipes. La identidad cultural de esta localidad se ha venido definiendo con identidad frente a los diversos pueblos que se encuentran ubicados en todo el perfil costanero.

Finalmente, se debe tener en cuenta el desarrollo turístico que se ha venido dando en el perfil costanero, por tal motivo la localidad de Jama no debe ser ignorada en el desarrollo de proyectos que potencialicen sus atractivos y que a su vez mejoren la calidad de vida de sus habitantes.

1.2 Planteamiento del problema

Dado que el Ecuador es un País que posee una gran biodiversidad en cada una de sus regiones, logra atraer turistas de todo el mundo interesados en la gran riqueza cultural y natural propia de nuestro país.

La actividad turística en la costa ecuatoriana se haya protagonizada por distintos atractivos en especial la riqueza cultural propia de la provincia de Manabí; de ahí que la provincia posee una gran diversidad ambiental, turística y cultural mismas que la hacen un lugar atractivo para el visitante. El Cantón Jama en especial, es una de las localidades que alberga un conjunto de características con gran potencial turístico-cultural, los cuales no han sido explotados de manera positiva imposibilitando el desarrollo de la comunidad y de su identidad cultural, costumbres y tradición.

Toda esta problemática se encuentra ligada también a la carencia de infraestructura, de recursos y al no involucramiento de los pobladores en proyectos dentro de la zona, lo que ha llevado a la comunidad a estar sumergida en el olvido y a pasar desapercibida por el movimiento y desarrollo de la actividad turística produciendo así una estadía sólo de paso no más allá de un día y de igual forma el gasto económico por turista dentro de la localidad suele ser bajo lo que impide a su vez el desarrollo de actividades que varíen la oferta e incremente la estadía de turistas*¹, por tal motivo se pretende impulsar el desarrollo económico y turístico con la creación del Museo Etnográfico Jama-Coaque en terreno del Punta Prieta Guest House, el cual permita alcanzar un mejor nivel de vida para la comunidad.

¹ (el argumento de estadía y gasto está basado en una visita de 3 semanas en la localidad de Jama y bajo conversaciones establecidas con personas que ofrecen algún servicio de alojamiento, alimenticio, etc).

Por otra parte, se debe tener en cuenta la afluencia de turistas a la Provincia de Manabí debido a que es de gran importancia ya que según un estudio nos da a conocer:

“Un estudio realizado por la CONCOPE y la Agencia de Cooperación Alemana - GTZ-sobre las Potencialidades, restricciones y estrategias para el desarrollo económico de Manabí, indica que en la provincia “existen las potencialidades para un explosivo crecimiento del sector turístico en Manabí en los próximos años. Las estadísticas de la GTZ sobre la capacidad de alojamiento de Manabí frente al mercado ecuatoriano indican que la provincia tiene el 6,1 por ciento de los cuartos y el 7,3 por ciento de las camas de hoteles, hostales y hosterías del país. Para tener una idea del número total estimado de visitantes que tiene la provincia -sean estos turistas nacionales o aquellos radicados en el Ecuador, y turistas internacionales, cuya residencia habitual está fuera del país-, de los 1,5 millones de habitantes que hay en Manabí, anualmente habría entre 95.000 y 115.000 turistas. De este aproximado, la GTZ calcula que el 15 por ciento serían turistas internacionales; es decir, entre 15.000 y 17.000 visitantes foráneos por año”², basándonos en este estudio demuestra la gran afluencia de turistas que llegan a Manabí y además del potencial económico que en cierta forma, la localidad de Jama está dejando de percibir.

La problemática a tener en cuenta es la falta de una “capacidad de atracción”, he aquí una teoría que establece que: *“la capacidad de atracción turística está influida por diversas características: clima, patrimonio histórico-cultural, capacidad hotelera, precios, ciudades con actividades que generan congresos (científicos, empresariales, etc.), y otros elementos de interés nacional o internacional”³.*

Finalmente con el emprendimiento de este proyecto se prevé contribuir el rescate de su cultura, preservación natural de la zona, impulsar la creación de futuras nuevas infraestructuras, fomentar el desarrollo de la comunidad. Todo ello con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

² <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/6945-mas-turismo-meta-provincial/>

³ La industria y el turismo en el crecimiento regional

1.3 Formulación del problema

¿Cuál es la importancia del fortalecimiento de la identidad de un pueblo?

1.4 Justificación de la investigación

La presente investigación es de alto grado debido a que permitirá conocer los reales aspectos del por qué de la importancia de rescatar la riqueza cultural de los pueblos ancestrales ya que siendo uno de los principales atractivos para el visitante se los debería conservar con mayor fuerza, además de demostrar la importancia que tiene el origen ancestral de un pueblo con todo lo que encierra la palabra cultura.

La realización del siguiente proyecto beneficiará a los pobladores de la comunidad de Jama donde se aplicaran instrumentos investigativos que permitan identificar y dar solución al problema con la implementación de un museo etnográfico en el que se recopile la información necesaria de su cultura para fortalecer la identidad cultural de la comunidad de Jama y atraer afluencia de visitantes nacionales y extranjeros a la localidad.

De esta manera la comunidad de Jama se fortalecerá y sus costumbres no se perderán debido a que un pueblo sin tradición y sin costumbres propias es un pueblo muerto y sin interés para visitarlo.

Por otra parte, conociendo la interacción que poseen cada una de las comunidades costeras con la naturaleza enseñará la forma para lograr un equilibrio ecológico, dado que Jama posee una gran variedad de recursos naturales, lo que significará dar uso de los recursos de manera sustentable.

De igual forma el proyecto tendrá un beneficio común, dado que creará la transferencia de conocimientos a los pobladores de su cultura ancestral; incentivando los valores culturales y creando conciencia de identidad en la zona. El estudio también está dirigido en ayudar a las personas de la comunidad que deseen aprender del arte de reproducir ya sea en barro, madera o tagua las

distintas formas artísticas de la civilización Jama-Coaque, para lo cual su maestro sería el artista pre-colombino Ricardo Alcívar el cual es parte también de este proyecto.

Otro de los fines de la investigación es que se logre generar expectativas que en otros pueblos no se conoce y esto produciría una necesidad de visitar el Cantón Jama y poder descubrir una cultura distinta, con un patrimonio de gran riqueza a través de los medios que las comunidades poseen.

Dentro del proceso de la investigación se busca promover el tipo de turismo ligado a la naturaleza y cultura, debido a que la tendencia *Eco* viene generalizándose en todo ámbito y, en la provincia el factor natural también ha sido tomado como un necesario referente turístico por ende es necesario adecuar el Museo Etnográfico en el cual se exponga tanto la riqueza ancestral como lo natural buscando así una expansión hacia el turismo rural y a todas las distintas áreas en donde se pueda compartir y adquirir nuevas experiencias.

En conclusión se puede considerar que el presente proyecto de investigación es factible debido a que permitirá aportar al desarrollo cultural, turístico y por último al manejo adecuado de los recursos humanos, materiales y económicos siguiendo los lineamientos de una política de desarrollo sostenible y sustentable.

1.5 Objetivos del diagnóstico

1.5.1 Objetivo General

Diseñar un estudio de factibilidad para la implementación de un Museo Etnográfico en el Hotel Punta Prieta en Jama provincia de Manabí, para fortalecer la identidad cultural del cantón y atraer afluencia de visitantes nacionales y extranjeros en la localidad.

1.5.2 Objetivos Específicos

- 1.** Difundir la importancia histórica-cultural del cantón Jama, a través de una museografía didáctica y recreativa a los visitantes y de todas las edades.
- 2.** Ofertar una opción turística-cultural a los huéspedes y visitantes tanto nacionales y extranjeros del Hotel Punta Prieta.
- 3.** Realizar un estudio financiero que sirva para demostrar la factibilidad del desarrollo del proyecto.

1.5.3 Metas

- 1.- Alcanzar el reconocimiento a nivel nacional del Cantón Jama como una de las comunidades con valor cultural más representativos en la costa ecuatoriana.
- 2.- Proyectar a Jama como destino obligatorio de visita en la Ruta del Spondyllus.
- 3.-Incrementar la ocupación del Hotel Punta Prieta en un 30% bajo la implementación del Museo Etnográfico en el primer año de haber establecido el proyecto.

CAPÍTULO II

2.- Marco Teórico

2.1.- Marco Referencial

El presente estudio de factibilidad en la implementación del Museo Etnográfico tiene como visión alcanzar el reconocimiento como destino turístico de Jama, a través de la conservación, rescate y aprovechamiento de los valores culturales que posee, y mediante un modelo de gestión sostenible que permita el desarrollo del cantón.

Por otra parte la investigación ha tomado como referencia la gestión cultural implementada por los siguientes museos a nivel nacional:

- Museo Etnográfico de la Mitad del Mundo.
- Parque Histórico de Guayaquil.
- Museo de Grabado, en Nobol.
- Museo Antropológico de Bahía de Caráquez.

2.2.-Sociedad Jama-Coaque

Las manifestaciones culturales de la sociedad Jama-Coaque se extienden desde Cojimés, en el sur de la provincia de Esmeraldas, hasta Bahía de Caráquez, en la provincia de Manabí, concentrándose básicamente en los valles de Jama y Coaque.

Esta sociedad progresó por más de dos mil años, razón por la cual ha sido dividida en dos etapas: Jama-Coaque I (355 a.C.-400 d.C.) que correspondieron al período de Desarrollo Regional y Jama-Coaque II (400 d.C.-1532 d.C.) que pertenece al período de Integración.

La explicación de este largo proceso de desarrollo cultural es que Jama-Coaque fue una sociedad jerarquizada, es decir, un cacicazgo regional, ordenado por estratos sociales bien diferenciados, pero basado en un alto nivel productivo gracias a las condiciones favorables del medio. Durante el Desarrollo Regional, los asentamientos se caracterizaron por la presencia de centros principales con arquitectura monumental y centros secundarios, rodeados por comunidades rurales que estaban dispersas a lo largo de los valles.

2.2.1 Los centros urbanos

Con una población cada vez más numerosa, se formaron centros urbanos con espacios y edificios públicos, con templos para las ceremonias religiosas y residencias particulares para los caciques y señores principales. Los montículos ceremoniales, como los hallados en San Isidro, fueron los centros de la actividad pública y de concentración del poder político y religioso de los grupos dominantes.

Los núcleos urbanos atraían a la gente porque allí residía el shamán, y todos esperaban oír sus palabras, especialmente después de las épocas de ayuno y aislamiento, para pedir ayuda a los espíritus protectores. Por lo tanto, el templo donde vivía el shamán se convirtió en el centro de atención de toda la región.

2.2.2 La cerámica

Las figurillas humanas y los recipientes que evocan a seres mitológicos fueron los objetos más llamativos en la cerámica de Jama-Coaque. La representación de los caciques (hombres y mujeres) y de los sacerdotes o shamanes consiste en personajes que llevan vestidos adornos muy elaborados, incluso tatuajes y deformaciones craneales, como indicativos de alto rango y posición social. El uso de una variedad de colores, especialmente el verde, rojo, negro y amarillo, utilizados para resaltar la importancia de las figurinas y de los recipientes de cerámica, es la técnica más llamativa de la manifestación alfarera de esta sociedad.

También trabajaron una variedad impresionante de vasijas, ollas, cuencos y otros recipientes utilizados en las actividades domésticas, pero los más destacados son los recipientes que muestran rostros amenazantes, en donde se destaca la boca con los colmillos del jaguar, los ojos alargados del águila, la nariz del murciélago y la lengua de la serpiente, animales considerados sagrados. Por ello, estos recipientes fueron hermosamente decorados y utilizados en las ceremonias rituales, imitando las características de los espíritus tutelares.

2.2.3 La metalurgia

La metalurgia también adquirió un nivel de perfección en la fabricación de objetos de oro. Se destacan los adornos como diademas, narigueras planas o en forma de tubo, orejeras de variadas formas, aretes repujados, collares y placas zoomorfas. Los cuencos de oro fueron hermosamente grabados con motivos abstractos.

Los orfebres de Jamam-Coaque dominaron las técnicas del fundido, martillado y especialmente el repujado que servía para hacer relieves en las láminas; además utilizaron la soldadura, el recubrimiento superficial, el pulimento y las incrustaciones. También fueron importantes ensamblajes y las articulaciones mediante engrapes, remaches, lengüetas y alambres.

2.2.4 Vestidos, adornos y diferencia social

Las diferencias sociales se ven reflejadas en los vestidos y los adornos que muestran las figurillas humanas elaboradas en cerámica. Las mujeres usaban una falda hasta los tobillos y una variedad impresionante de gorros, turbantes y mantos que les cubría la cabeza, generalmente con adornos laterales o con plumas. Tenían llamativos tatuajes en los hombros y en los brazos, además de pulseras y collares, aretes, orejeras y narigueras, que indicaban su estatus social.

Lo interesante es que las figurillas femeninas siempre presentan los brazos estirados a los lados del cuerpo, pero con las palmas de las manos hacia delante, que parece indicar la participación de estos personajes en alguna ceremonia.

Los hombres se cubrían con un pequeño taparrabo y un gran poncho de forma cuadrada; pero, también utilizaron una gran variedad de gorros, sombreros, penachos y capuchas que les cubría hasta los hombros. Igualmente se adornaban con collares, orejeras, narigueras y adornos especiales de oro y piedras preciosas en los tobillos y pantorrillas. Indudablemente, eran personas de mayor rango.

Bajo esta referencia histórica de la antigua sociedad Jama-Coaque, se puede observar toda la riqueza histórica, cultural y artística que la misma desarrolló, y en la cual se inspirará tanto para la información, exposición y arquitectura que el museo etnográfico llevará.

2.3 Marco Conceptual.

2.3.1 Turismo Definición

De acuerdo a la OMT *“Turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”*.(OMT,2010).

De igual forma tenemos la siguiente definición de turismo el cual establece que:

“es un movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro. Pudiendo realizarse dentro o fuera del país. En un viaje turístico lo importante es el desplazamiento mismo y el destino. Un turista puede estar interesado en la belleza natural de un lugar, en su gente, en su gastronomía o en las obras culturales el lugar y las realizaciones productivas”. (Rodríguez, M. 2009)

Dadas las siguientes definiciones se resaltan ciertos elementos y posturas actuales que establecen un verdadero significado de hacer turismo; es decir, se debe indicar que el turismo es un fenómeno social practicado por personas o grupo de personas que por motivos de recreación, descanso, cultura o salud se desplazan de un lugar a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando para las localidades o comunidades receptoras múltiples beneficios de ámbito social, económico y cultural.

Actualmente el Ecuador es considerado como uno de los países de mayor biodiversidad por metro cuadrado, riqueza que se ha desarrollado en una gran variedad de condiciones ambientales, alcanzando a generar una impresionante diversidad de hábitats, convirtiéndose así en escenarios para el desarrollo de actividades turísticas, los cuales permitan vivir una gran experiencia complementada con cada una de las expresiones socio culturales que poseen los grupos humanos que habitan en cada una de las provincias. El turismo no debe contemplarse como alternativa, debe integrarse en la realidad territorial donde se implanta. (Ponce. M., 2009)

2.3.2 Turismo Cultural

“Turismo cultural es organizar y realizar un viaje con una propuesta de contenido territorial o temático para llevar a cabo actividades que permiten experimentar la cultura y las diferentes formas de vida de otras gentes y, como consecuencia, conocer y comprender sus costumbres, tradiciones, entorno físico, ideas intelectuales y lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural”.(Gómez Ángel, Mondéjar Juan & Sevilla Claudia, 2005)

Bajo esta definición se puede mencionar que el turismo cultural es de más un importante factor para dar a conocer, preservar y disfrutar del patrimonio cultural y turístico de nuestro país, que nos pone en contacto con la historia, el patrimonio e identidad cultural de los pueblos lo que implica el valorar nuestras culturas en su diversidad, conocerlas y saber que el turismo cultural y todo lo relacionado al mismo incumbe a toda la sociedad.

Las riquezas culturales son los distintivos que posee cada una de las regiones y a su vez son la razón de movimiento de personas en esa búsqueda por descubrir distintos modos de vida y es por lo consiguiente lo que dará paso al desarrollo del turismo cultural.

De acuerdo a la definición de Agustín Talavera (2003) *“El turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico. Por otra parte los procesos de generación de productos culturales conducen a nuevas formas de interpretar la autenticidad y expresan el dinamismo e imaginación de los grupos locales para adaptarse a las exigencias de la demanda.”*⁴

⁴ Agustín Talavera Revista Horizontes Antropológicos (2003).

En consecuencia comunidades como Jama y de todo el Ecuador de una u otra forma se hayan esperanzados con una actividad turística, que les acreciente un desarrollo sostenible bajo el cuidado y mantenimiento de sus patrimonios, e incentivando a un mayor número de visitas, de personas que les interese conocer el patrimonio natural, cultural, gastronómico propio y característico de las demás regiones del país.

De igual manera el cuidado del valor histórico-cultural trae consigo una importante capacidad de atracción con lo cual diversifica la oferta de determinada población volviéndola más atractiva.

2.3.3 Museo Definición

Conforme a los estatutos del ICOM adoptados durante la 22ª Conferencia general de Viena (Austria) en 2007 define a un museo como “ *una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo.*”

Se puede complementar la anterior definición en función al establecimiento de un museo aduciendo que es una instalación de pertenencia cultural en los que se exponen elementos esenciales de la historia de una comunidad, pero no como simples conservadores, sino más bien como suscitadores del mismo.

2.3.4 Museo Etnográfico

Dado que la investigación está dirigida a la implementación de un museo etnográfico se especifica su definición de acuerdo al Portal de museos de Andalucía el cual establece que:

“Es una institución dedicada a la investigación, difusión y conservación del patrimonio histórico y antropológico, desde la perspectiva de los procesos sociales y el respeto por la pluralidad cultural.

Existe un criterio de comparativa entre la Etnología y la Etnografía indicándonos que mientras la primera ha venido a significar el estudio comparado de las culturas documentadas y contemporáneas, la segunda se emplea para designar el estudio de campo de la cultura de una tribu o sociedad particular”.

Se puede establecer a su vez que un museo etnográfico está ligado a rescatar, investigar y valorizar la realidad pasada y la actual para luego darla a conocer a la población. De igual forma la función primordial de los mismos es difundir la totalidad de conocimientos que permitan valorar el patrimonio cultural de una localidad o nación para beneficio de la sociedad en general.

2.3.5 Etnografía

De acuerdo con Rosa Gúber (2006) define a la etnografía como:

“el conjunto de actividades que se suele designar como “trabajo de campo”, y cuyo resultado se emplea como evidencia para la descripción. Los fundamentos y características de esta flexibilidad radican, precisamente, en que son los actores y no el investigador, los privilegiados para expresar en palabras y en prácticas el sentido de su vida, su cotidianidad, sus hechos extraordinarios y su devenir”.

De acuerdo con la definición se puede decir que la etnografía abarca todas las expresiones culturales de una comunidad. A su vez refleja la identidad cultural y social de una comunidad, sus normas y valores.

La etnografía se ocupa de las sociedades actuales. Pero el patrimonio etnográfico no se extiende a todos los hechos y sujetos que resultan de interés para la etnografía. Este, como patrimonio que es, debe de incluir un componente añadido de historicidad/durabilidad que es el que legitima su tutela. Sin embargo no es sinónimo de pasado, sino de perduración y continuidad, en el sentido de que incorpora el pasado a través de la realidad viva.

2.3.6 Museología y Museografía

De acuerdo a la investigación propuesta se debe tener en cuenta dos definiciones claras entre lo que es la museología y museografía dado que la implementación del mismo abarca estos temas en su conjunto. Según lo establecido el Diccionario de la Real Academia de la Lengua define:

Museología: Ciencia que trata de los museos, su historia, su influjo en la sociedad, las técnicas de conservación y catalogación.

Museografía: Conjunto de técnicas y prácticas relativas al funcionamiento de un museo.

Por otra parte se tiene la siguiente definición de acuerdo a Francisca Hernández profesora de prehistoria de la Universidad Complutense de Madrid la cual establece que:

“En definitiva, la Museología se preocupa de la teoría o funcionamiento del Museo. Por el contrario, la Museografía estudia su aspecto técnico: instalación de las colecciones, climatología, arquitectura del edificio, aspectos administrativos, etc. Es, ante todo, una actividad técnica y práctica. Podríamos definirla como la infraestructura en la que descansa la Museología. En consecuencia. Museología y Museografía se complementan mutuamente”.

Establecidas las definiciones se puede acotar que tanto la museología como la museografía tienen como objetivo el estudio de los museos, pero en distintos puntos de vista y formas de trabajo, en las que la museología se presenta en la parte teórica, en donde define los objetivos, métodos y sistemas de trabajo de investigadores y conservadores, mientras que la museografía se centra en lo práctico y en la manera en que se materializan los conceptos museológicos.

2.3.7 Patrimonio Cultural

“Consideramos Patrimonio Cultural el conjunto de objetos materiales e inmateriales, pasados y presentes, que definen a un pueblo: lenguaje, literatura, música, tradiciones, artesanía, bellas artes, danza, gastronomía, indumentaria, manifestaciones religiosas y, por supuesto, la historia y sus restos materiales, es decir, el patrimonio histórico”. (Pilar García, 2012)

Desde el punto de vista de comunidades como Jama y del Ecuador entero el patrimonio cultural refleja todas aquellas creaciones realizadas por su pueblo a lo largo de su historia, las cuales distinguen de los demás pueblos en cuanto a la vida misma de su gente, su historia e identidad. La preservación del mismo promueve a reconstruir comunidades desmembradas y a crear un vínculo entre en pasado, presente y futuro.

Finalmente se puede mencionar que el patrimonio cultural no significa monumentos y objetos sin vida expuestos en un museo, sino más bien representa la identidad cultural de una comunidad generando a su vez el desarrollo en un territorio y dando paso al equilibrio e integración social.

2.3.8 Identidad Cultural

“La identidad cultural se define como la propiedad por la cual un grupo se constituye como una unidad cultural específica en sí y para sí. Por consiguiente la identidad cultural supone el esclarecimiento de la correspondencia entre el ser

cultural (bagaje cultural genuino) y su conciencia (Yo grupal), en una colectividad históricamente determinada”. (Manuel Espinoza, 2000)

Cabe mencionar que la identidad cultural en las comunidades de nuestro país se encuentra definida históricamente a través de distintos aspectos tales como su cultura, lengua, formas de comunicación entre los miembros de una comunidad, ceremonias, entre otros, que enmarcan de manera inmaterial aquella identidad cultural, pues son producto de la colectividad.

El mismo hecho de que un pueblo refleje esa conciencia de identidad, implica que también hay un impulso hacia la preservación de esta identidad, hacia la auto-preservación de la cultura.

2.3.9 Turismo Comunitario

“Turismo Comunitario es la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados”.⁵

En la actualidad el desarrollo del turismo comunitario en el Ecuador representa una posibilidad para alentar la supervivencia de las culturas locales, a su vez alienta la pluriculturalidad nacional, ya que comunidades como Jama y del resto del país podrían enriquecerse y enriquecer la experiencia de visitantes dispuestos a conocer su riqueza cultural, generando así oportunidades concretas, en términos de empleo e ingresos, para la mejora de la calidad de vida de la población.

Sin embargo muchos de los beneficios que produce el turismo comunitario no siempre se reflejan en las poblaciones consideradas turísticas, por tal motivo sus habitantes deben hacer frente a esta situación para sobrevivir, elaborando artesanías, comidas típicas o representaciones de ritos tradicionales que llamen la atención de los visitantes.

⁵ Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador

2.4.- Marco Legal

2.4.1 Pasos Legales

Para obtener el Certificado de Registro y Licencia Única de Funcionamiento del Museo Etnográfico Jama-Coaque tendrá que presentar una solicitud al Ministerio de Turismo o a la Dirección Regional Correspondiente.

Para lo cual se contará con la siguiente documentación para efectuar la solicitud:

2.4.2 Patrimonio Cultural

Documento notariado donde se define legalmente a creación del Museo Etnográfico Jama-Coaque como empresa y en el que consta lo siguiente:

- Estatuto de la Empresa.
- Objetivos de la Empresa.
- Nombre y número de los socios.
- Identificación de los socios.
- Tiempo de duración de la empresa.
- Tipo de aportación de los socios.
- Nombre de la razón social.
- Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo.
- Descripción de activos y pasivos.

2.4.3 Registro Único de Contribuyentes

Para el proceso de la administración tributaria el Registro Único de Contribuyentes 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 de obligaciones tributarias, tienen dos obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

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

2.4.4 Inscripción a la Superintendencia de Compañía

Del Ministerio de Turismo.- Si la compañía ha incluido en el nombre con que vaya a girar las palabras “turístico”, “turismo”, o cualquier otra derivad 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 Turístico⁶.

2.4.5 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

⁶ Instructivo para la constitución, aumento del capital y más actos societarios de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías. Pág. 2

- 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.

2.4.6 Afiliación al CAPTUR

A la Cámara Provincial de Turismo.- 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 Nacional⁷.

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)

2.4.7 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.

⁷Instructivo para la constitución, aumento del capital y más actos societarios de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías. Pág.3

- Cancelar la cuota de afiliación (por tres meses adelantado)

2.4.8 Copia del Nombramiento del representante legal de la empresa

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

CAPÍTULO III

3.- Metodología de la investigación

3.1 Enfoque de la Investigación

La realización de la presente investigación consistirá en un estudio cualitativo y cuantitativo el cual tendrá como dirección la utilización de fuentes bibliográficas, encuestas y entrevistas las cuales nos ayudarán a tener en cuenta la verdadera necesidad de proteger y dar a conocer el verdadero valor histórico, fortaleciendo así la cultura de la comunidad.

3.2 Diseño de la investigación de Mercados

De acuerdo al tipo de proyecto se establecerá el cuantitativo y cualitativo debido a que se estableció la recolección de información utilizando como instrumentos encuestas con preguntas cerradas y de opción múltiple, a su vez se realizaron entrevistas a personas del municipio de Jama así como del dueño del Punta Prieta Guest House en cuanto a la aceptación del proyecto. La población objetivo para el proyecto del Museo Etnográfico Jama-Coaque fue principalmente la población existente en la provincia de Manabí, hombres y mujeres entre los 15 y 64 años de edad, debido a que el proyecto en su parte física va a ser implementado en dicha provincia. Dichos segmentos estarán relacionados con gente que posea gustos por lo cultural y artesanal.

3.3 Métodos a tener en cuenta para el desarrollo de la investigación

3.3.1 Método Cualitativo

El siguiente método nos servirá para conocer sobre auge turístico que pueda tener la localidad y la preferencia por el turismo cultural por parte de los visitantes nacionales como extranjeros. A su vez conocer las necesidades de la demanda de visitantes de acuerdo al estilo del Museo Etnográfico Jama-Coaque.

3.3.2 Método Cuantitativo

El siguiente método nos servirá para acudir a técnicas específicas para la recopilación de información, tales como: la observación, encuestas, entrevistas y así conocer el impacto en la economía local el desarrollo del turismo cultural y natural.

3.4 Instrumentos y técnicas de Investigación

3.4.1 Encuestas.

Dado el tipo de investigación se realizarán encuestas debido a su amplia difusión y alcance es de uso muy útil para recopilar opiniones acerca de los cuales las personas logren manifestar en base a su propia experiencia y conocimientos. De igual manera las encuestas a utilizar servirán para recopilar sugerencias u opiniones de los habitantes de la provincia de Manabí y de la comunidad de Jama, como también a turistas extranjeros.

3.4.2 Entrevistas.

Para el presente estudio se realizarán entrevistas al concejal del cantón y al encargado del Municipio de Jama con lo cual se espera recopilar información referente a la historia y el impacto que tendría el proyecto en la localidad.

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).

3.5 Investigación de Mercado

3.5.1 Tamaño de la muestra

Para el reconocimiento de la muestra se tomará como universo a la población de la provincia de Manabí de acuerdo al INEC en el último censo realizado en el 2010 se conoce que la población objetivo que comprende desde los 15 hasta 64 años de edad es la de 837,508 habitantes.

De este modo se utilizará la fórmula de poblaciones infinitas dado que sobrepasa los 500,000 para la toma de la muestra.

3.5.2 Cálculo de la muestra.

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

Z²= Grado de confianza el cual será del 95% que representa a 1.96.

p= Probabilidad de éxito dado en 0,5.

q= Probabilidad de fracaso dado en 0,5.

e= Margen de error, el cual está definido al 5%.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0,5 * 0,5}{5^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

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

$$n = 384 \text{ personas a encuestar}$$

De acuerdo al cálculo establecido tenemos que para la investigación de mercado un total de 384,16 personas a encuestar.

3.6 Diseño de Instrumentos de Investigación

Se aplicó una entrevista a Funcionarios de la Municipalidad de Jama y una entrevista más a un periodista de la cámara de turismo planteada en 5 preguntas para conocer sobre el impacto del proyecto sobre la comunidad de Jama. **ANEXO A**

Para la recopilación de información a los habitantes residentes en el cantón se elaboró y aplicó 100 encuesta compuesta por 5 preguntas para indagar respecto al apoyo del proyecto por parte de la comunidad. **ANEXO B**

En el levantamiento del tercer estudio de campo se lo realizó con 284 encuestas a la población de Manabí compuesta de 11 preguntas, en las que se averiguó sobre la frecuencia en visitar la localidad de Jama, la tendencia al turismo cultural, gustos por productos artesanales, etc. **ANEXO C**

3.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

3.7.1 Resultado de la investigación de Mercado entre los residentes de Jama.

Se llevaron a cabo 100 encuestas válidas a pobladores de la comunidad de Jama, con este tamaño de muestra, el nivel de confianza obtenida en esta investigación es del 95%, con un margen de error del 5%, el cual es el adecuado para llevar a cabo los objetivos de la investigación. A continuación los resultados obtenidos:

1. Considera a Jama como cantón turístico?

Los resultados de la siguiente investigación dan a conocer la forma en la cual la comunidad percibe a su cantón como atractivo para la llegada de turistas y además demuestra que la población tiene conciencia de la importancia de la proyección a futuro de la comunidad como cantón turístico.

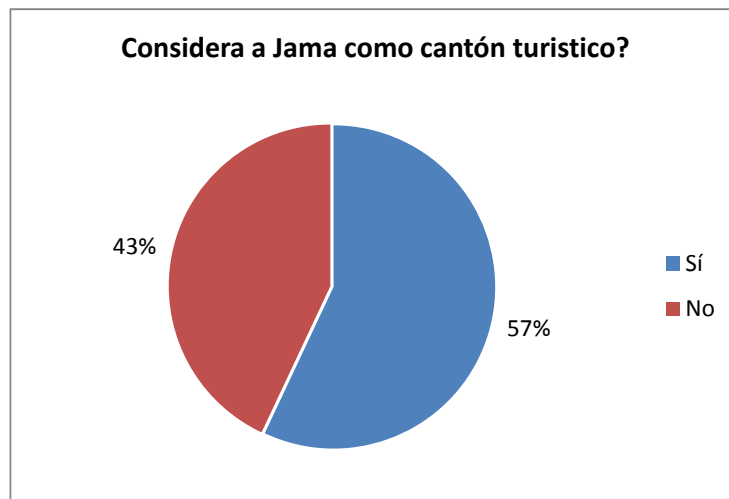


Gráfico No 1: Consideración de Jama como catón turístico
Elaboración propia: Julio Alcívar

2. Cree Ud que el valor histórico del cantón es un importante factor de desarrollo de la actividad turística?

Bajo este resultado se logra conocer el grado de importancia que le dan los pobladores a su legado histórico-cultural, a su vez demuestra que la población tiene profundo conocimiento de sus antiguos ancestros Jama-Coaque.

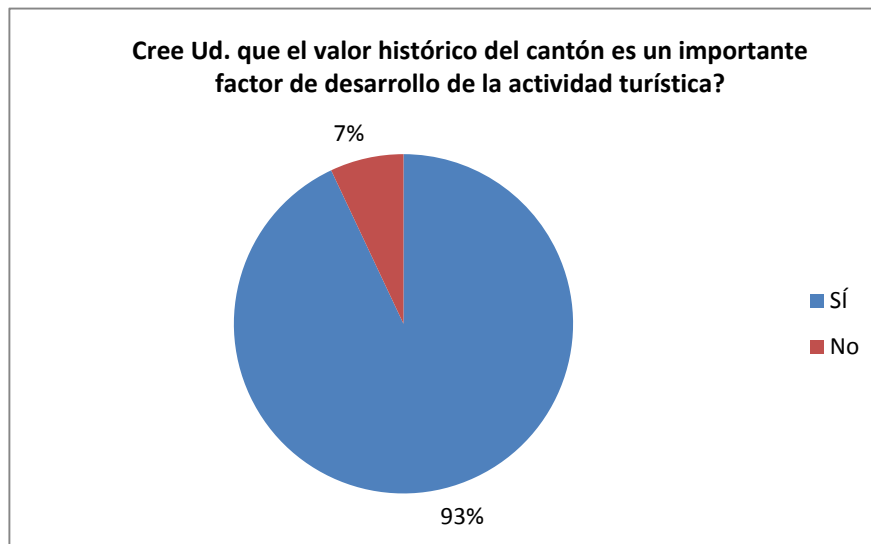


Gráfico No 2: Consideración de la importancia del valor histórico como factor fundamental para el desarrollo de la actividad turística

Elaboración propia: Julio Alcívar

3. Cree Ud. que la creación de un museo etnográfico fortalecerá la riqueza histórica del cantón?

Al analizar el siguiente resultado demuestra de manera positiva la confianza de la comunidad en cuanto al fortalecimiento de la riqueza histórica que tendría el cantón con la implementación del proyecto al poseer un lugar en el cual se exponga de manera temática las riquezas naturales, históricas y artísticas que posee el cantón.

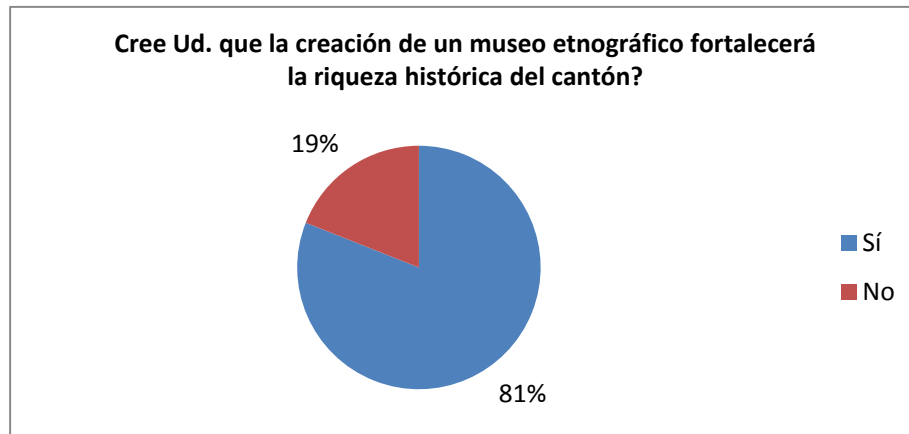


Gráfico No 3: Consideración a la creación de un museo etnográfico para el fortalecimiento del valor histórico del cantón

Elaboración propia: Julio Alcívar

4. Considera Ud. que la implementación de un museo etnográfico en el Punta Prieta Guest House incrementará el turismo en el cantón?

El siguiente resultado obtenido garantiza la ubicación del proyecto en terrenos de un hotel de manera positiva, debido a que como propios de la comunidad conocen la acogida que posee hotel en el cantón y de los beneficios que ofrece el lugar para el desarrollo de la actividad turística.

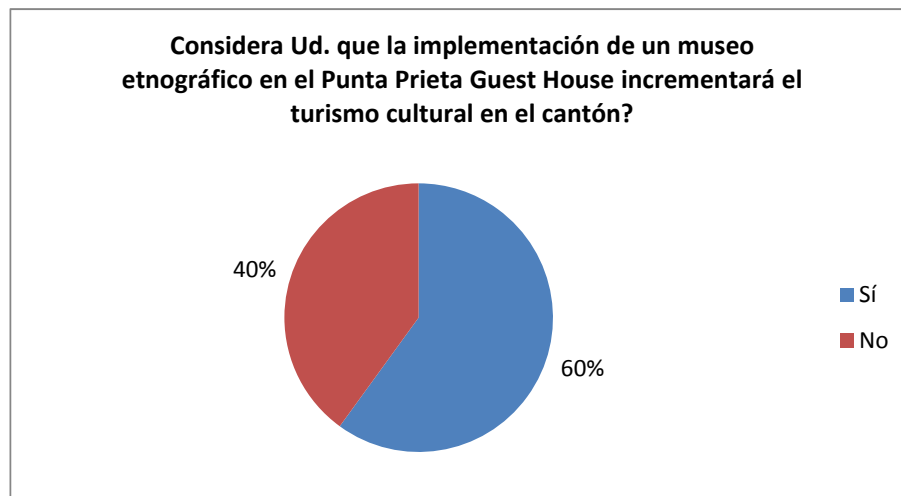


Gráfico No 4 : Consideración a la implementación del museo etnográfico en el Punta Prieta Guest House.

Elaboración propia: Julio Alcívar

5. Estaría Ud. dispuesto a trabajar en pro del fortalecimiento de este proyecto?

Finalmente se da conocer la predisposición de la comunidad en dar su apoyo para el fortalecimiento del proyecto, además de demostrar la aceptación que tendrá el proyecto en la comunidad y de los beneficios que el mismo traería para el desarrollo de la actividad turística en el cantón de igual manera ayudaría en la calidad de vida de las personas propias de la comunidad que trabajarán dentro del proyecto tanto en guianza como en la elaboración de artesanías.

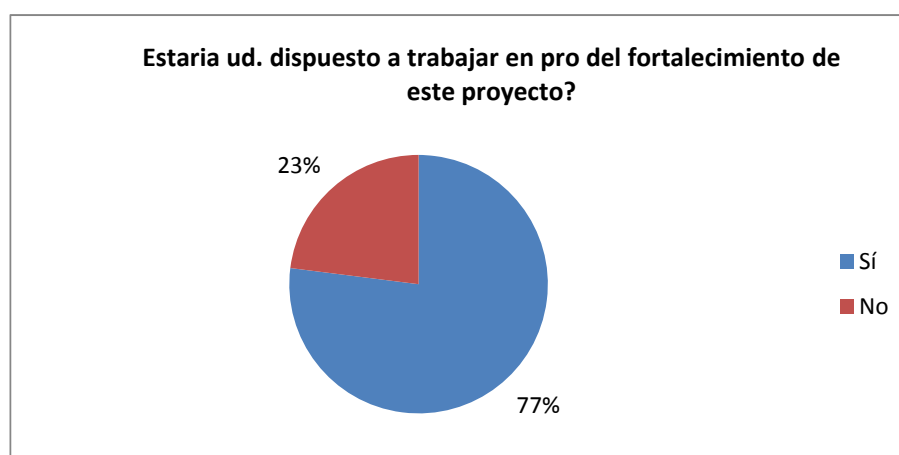


Gráfico No 5: Disposición de la comunidad en trabajar en cuanto al fortalecimiento del proyecto.

Elaboración propia: Julio Alcívar

Conclusión:

Con el tamaño de la muestra se llegó a la conclusión de que gran parte de la población está interesada en la implementación de este proyecto en el cantón Jama y que están consientes de la importancia de la proyección a futuro de la comunidad como cantón turístico.

3.7.2 Resultado de la investigación de Mercado entre los visitantes nacionales y extranjeros a la provincia de Manabí.

Se llevaron a cabo 284 encuestas válidas a visitantes nacionales y extranjeros, con este tamaño de muestra, el nivel de confianza obtenida en esta investigación es del 95%, con un margen de error del 5%, el cual es el adecuado para llevar a cabo los objetivos de la investigación. A continuación los resultados obtenidos:

3.7.3 Composición de la muestra

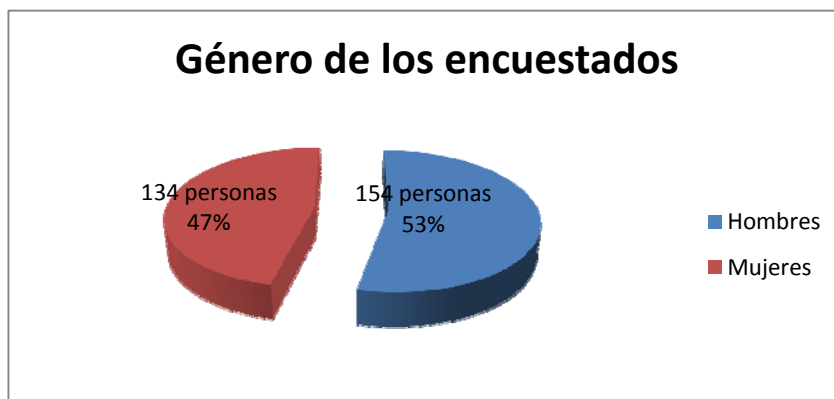


Gráfico No 6: Género de los encuestados
Elaboración propia: Julio Alcívar

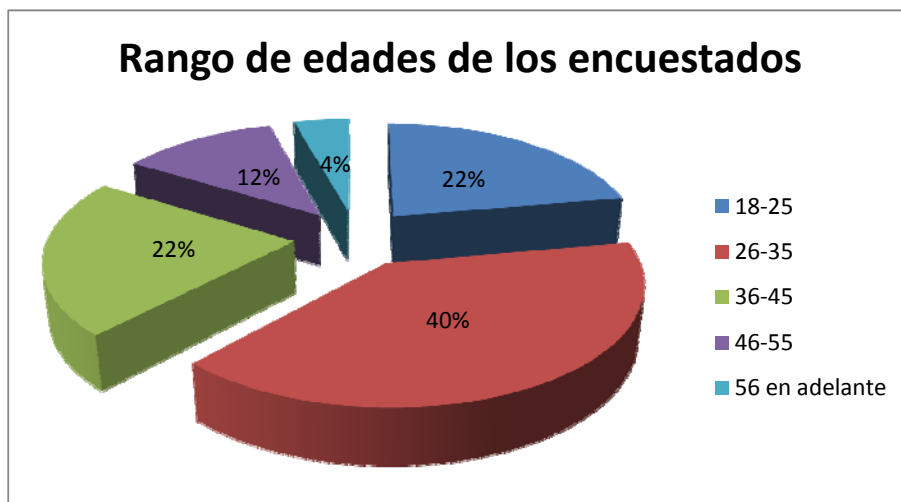


Gráfico No 7: Rango de edades de los encuestados
Elaboración propia: Julio Alcívar

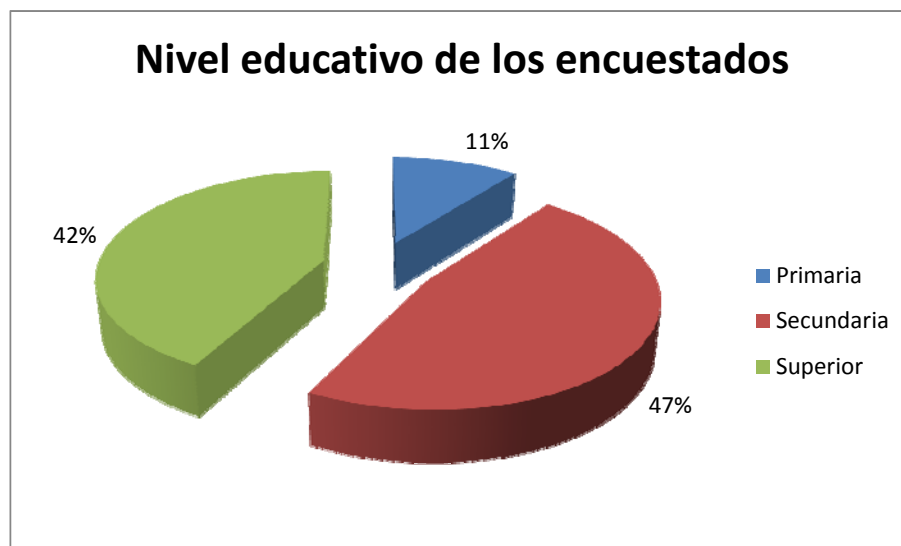


Gráfico No 8 Nivel educativo de los encuestados

Elaboración propia: Julio Alcívar

1. ¿Qué tipo de turismo realiza en sus viajes?

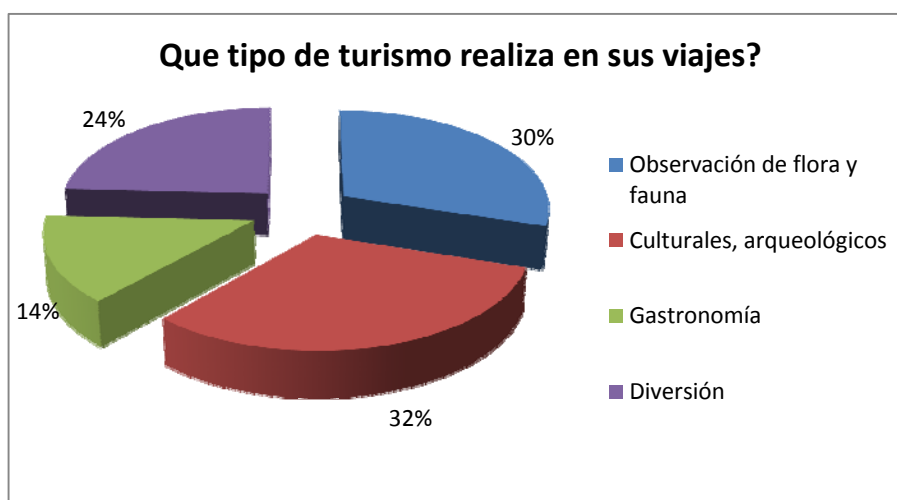


Gráfico No 9: Tipo de turismo que realizan en sus viajes

Elaboración propia: Julio Alcívar

De acuerdo al siguiente resultado se puede observar una clara tendencia al turismo cultural seguido por el turismo de naturaleza, estos parámetros son de gran importancia para el establecimiento del proyecto ya que se observa una importante inclinación por lo cultural.

¿Visita frecuentemente museos en sus viajes de turismo?



Gráfico No 10: Frecuencia de visitas a museos

Elaboración propia: Julio Alcívar

Este resultado refleja una importante tendencia de visitar museos en los viajes que realizan los turistas, de igual manera demuestra el interés de los visitantes por conocer las raíces u orígenes ancestrales que posee cada comunidad y por ende es un factor clave para la implementación del proyecto en una comunidad como la de Jama que guarda gran riqueza histórica.

3. ¿ Ha visitado la localidad de Jama en la provincia de Manabí?

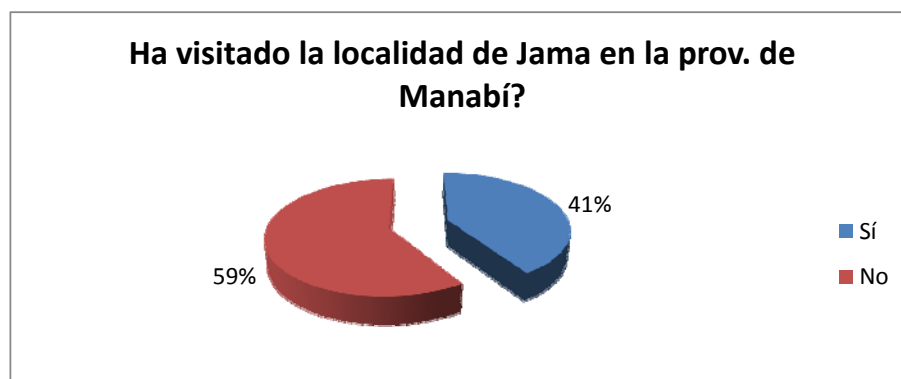


Gráfico No 11: Visitas a la localidad de Jama

Elaboración propia: Julio Alcívar

4.¿ En qué mes del año visitaría la comunidad de Jama con fines turísticos?

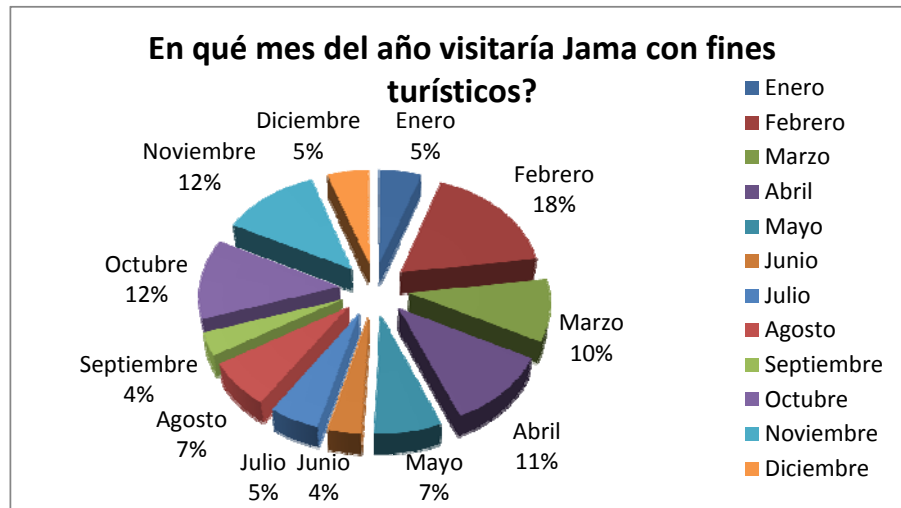


Gráfico No 12: Meses del año en el cual visitarían la localidad de Jama con fines turísticos

Elaboración propia: Julio Alcívar

En el siguiente gráfico se puede notar un claro pronóstico de visitas a la comunidad de Jama en los meses de Febrero hasta Abril tiempo en el cual se encuentra enmarcada por el periodo playero en todo el perfil costanero del país, el cual será tomado en cuenta para poner en marcha acciones de promociones, publicidad tanto en redes sociales, operadoras de turismo, tv, etc. Finalmente se observa un importante incremento entre los meses de Octubre y Noviembre tiempo en el cual también se encuentra enmarcado por feriados del 9 de octubre y 2 y 3 de Noviembre y en el que se da gran movimiento turístico en el país.

5.¿ Cuando realiza sus viajes, lo hace...



Gráfico No 13 Cuando realiza sus viajes, lo hace...

Elaboración propia: Julio Alcívar

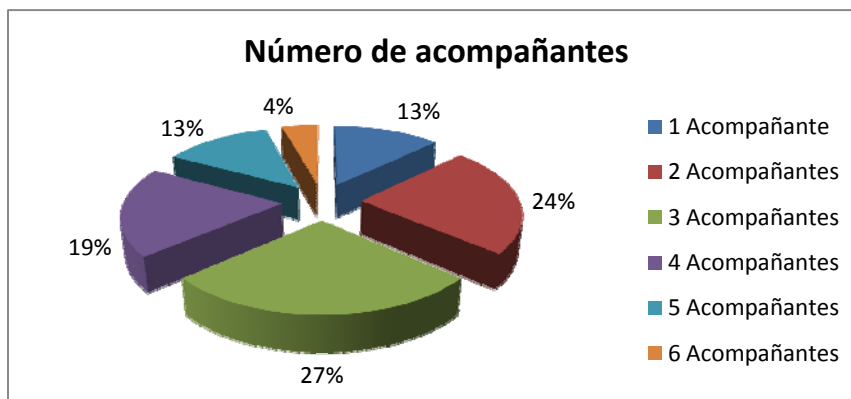


Gráfico No 14: Número de acompañantes

Elaboración propia: Julio Alcívar

De acuerdo a los siguientes gráficos podemos apreciar que un gran porcentaje realiza sus viajes acompañado y con mayor frecuencia con 3 acompañantes, estos rangos son de gran importancia debido a que se puede tener una proyección del gasto promedio por visitante y por día lo que sería de gran beneficio para la comunidad de Jama, debido a que se busca que la comunidad no sea vista como un punto de paso sino de estadía.

6.¿ Le gustaría visitar un museo en el cantón Jama?



Gráfico No 15: Le gustaría visitar un museo en el cantón Jama?

Elaboración propia: Julio Alcívar

El siguiente gráfico es de gran importancia debido a que nos demuestra el interés por parte de los turistas en visitar un museo en el cantón Jama, debido a que sus raíces se encuentran ligada a esta antigua sociedad Jama-Coaque y por sobre todo al valor artístico que desarrolló la misma y que será el recurso base para este proyecto.

7.¿ Qué tipo de Museo le gustaría visitar?

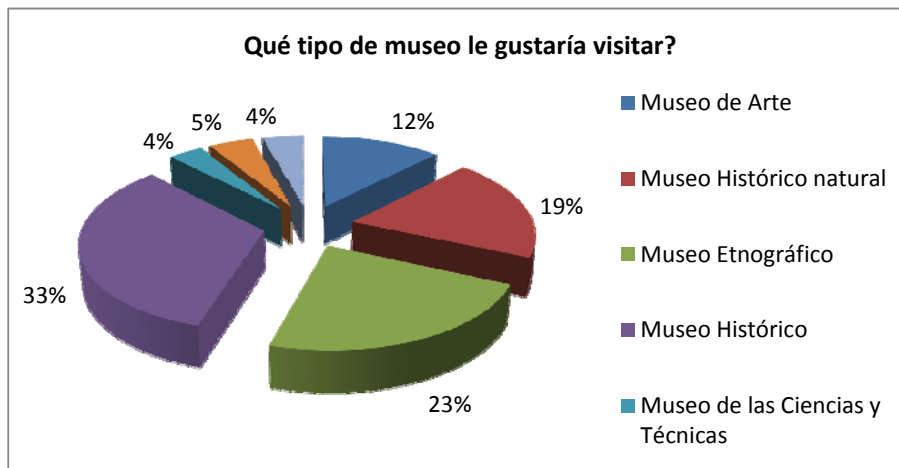


Gráfico No 16: Tipos de museo que les gustaría visitar

Elaboración propia: Julio Alcívar

En el siguiente gráfico podemos observar una clara tendencia por visitar un museo histórico y etnográfico, lo que es de gran importancia debido a que dentro del proyecto se manejarán los matices que posee un museo histórico tanto como en materia cronológica, arqueológica, etc, en un tercer lugar se encuentra el museo de arte que de igual manera demuestra un importante parámetro debido a que también dentro del proyecto se manejarán actividades referente a la escultura, pintura, alfarería, danza, etc. Finalmente podemos decir que el proyecto tendrá una acogida importante y por ende un gran desenvolvimiento en el mercado.

8. Señale de menor a mayor según su interés, donde 1 es la menor evaluación y 5 la más alta.

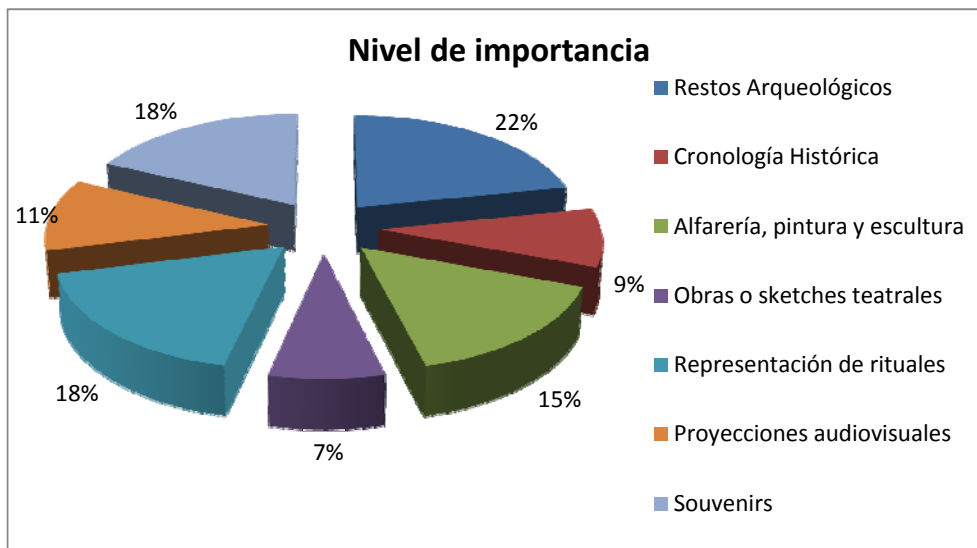


Gráfico No 17 Nivel de importancia

Elaboración propia: Julio Alcívar

Para el estudio del siguiente gráfico se tomaron en cuenta el nivel de importancia que le darían a las exposiciones dentro del proyecto para esto solo se tomó en cuenta la máxima puntuación que es el 5 y en el cual se observa en primer lugar Restos arqueológicos, seguido por Representaciones de rituales y Souvenirs y en un grado también relevante Alfarería, pintura y escultura, todos estos parámetros nos servirán para hacer mayor énfasis y un mejor trabajo a proyectar en cada uno de estos temas.

9.¿ A través de qué medios quisiera ud. conocer sobre la oferta turística del cantón Jama?

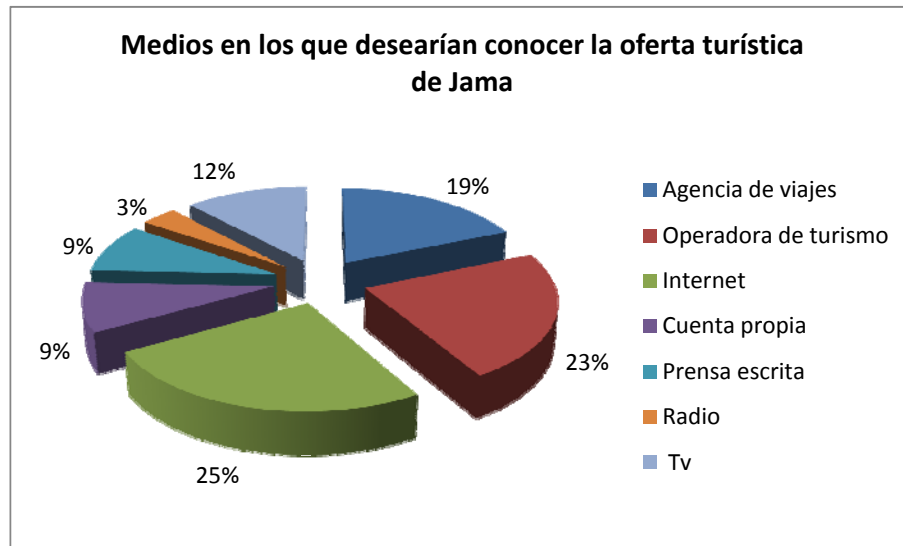


Gráfico No 18: Medios en los que desearían conocer la oferta turística de Jama

Elaboración propia: Julio Alcívar

Con el siguiente estudio de mercado se puede conocer los principales medios en los que los visitantes suelen ingresar para estar al tanto de los destinos turísticos a visitar, en primer lugar está Internet, seguido por las Operadoras de turismo y en tercer lugar las Agencias de viajes. Esta muestra ayudará para enfocar los recursos publicitarios y de promociones en estos 3 principales puntos, buscando así la acogida esperada del proyecto.

10.¿ Suele comprar artesanías en sus viajes de turismo?



Gráfico No 19: Suele comprar artesanías en sus viajes de turismo

Elaboración propia: Julio Alcívar

El siguiente gráfico demuestra la tendencia de compra de artesanías por parte de los visitantes, los siguientes parámetros demuestran una importante acogida de las mismas, a su vez demuestra la importancia en innovar y trabajar por artesanías de calidad y de diseños únicos a ofertar dentro del proyecto.

11.¿ Le gustaría comprar artesanías con diseños precolombinos?

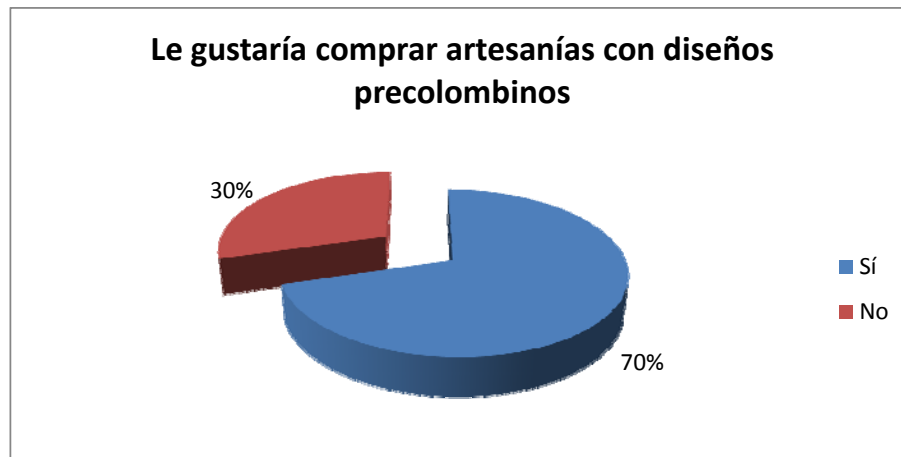


Gráfico No 20: Le gustaría comprar artesanías con diseños precolombinos

Elaboración propia: Julio Alcívar

En la siguiente muestra nos da a conocer la acogida que tendrían las artesanías precolombinas a ofertar en el proyecto, y es de punto positivo dentro del mismo debido a que los ingresos por las ventas de las artesanías serán la principal fuente de financiamiento del proyecto.

12.¿ Cuánto estaría dispuesto a cancelar por ingresar a un museo?

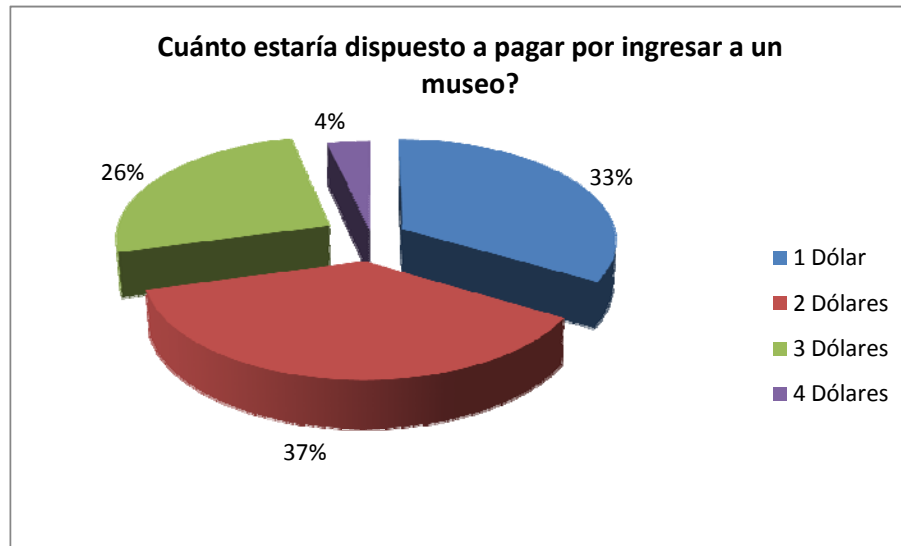


Gráfico No 21: Cuánto estaría dispuesto a pagar por ingresar a un museo?

Elaboración propia: Julio Alcívar

Finalmente, bajo la siguiente pregunta se busco establecer el costo de la entrada al museo y en el cual se obtuvo que el valor que estarían dispuestos a pagar por ingresar está entre 1 dólar y 2 dólares y aunque en porcentaje algo relevante 3 dólares se establecerá el costo de los 2 dólares.

3.7.4 Entrevista dirigida al Asistente de la Municipalidad de la comunidad de Jama.

Primera entrevista:

DATOS TÉCNICOS

Nombre: Diego Vera Mendoza

Cargo: Asistente de la Municipalidad de Jama

Edad: 18-25----- 26-35 X 36-45----- 46-55----- 56 en adelante

Instrucción: Primaria----- Secundaria----- Superior X

PREGUNTA 1. ¿Cuál es la situación actual del turismo en la provincia de Manabí?

La situación actual del turismo en Manabí recién está empezando a despegar, han existido poco lugares que han mantenido la actividad turística desde algún tiempo, pero ahora con esta nueva visión se ha promocionado más, se ha dado más apoyo a lugares que en antes no se los tomaba en cuenta, y hoy en día con las posibilidades que ofrecen los medios de difundir de manera más eficiente a todo el mundo los atractivos turísticos que tenemos, es por eso que hoy en día llegan turistas a lugares que antes no llegaban.

Hoy en día existe un enfoque distinto en caso del turismo comunitario que es una variante nueva y que antes no se le daba importancia a eso además se están creando museos en más lugares y esto demuestra el desarrollo del turismo en Manabí.

PREGUNTA 2. ¿Cuál es la misión y los principales objetivos de la institución que usted representa en relación al desarrollo turístico de Jama?

Básicamente de acuerdo con las competencias no se puede ir más allá de lo que permite la ley y se enmarca más en promoción, también en campañas para ofrecer los lugares turísticos del cantón, a nivel de los medios, a nivel nacional, internacional para tratar de atraer a los turistas, mostrar las bondades que existen aquí.

En cuestiones de obras se trata de canalizar de tal modo que los accesos a los lugares turísticos estén siempre expeditos, que la normativa que regula el ejercicio de actividades que estén en relación al turismo sea lo más adecuado posible para que permita las facilidades tanto como apoyo en la inversión, reducción de impuestos a su vez se da apoyo de maquinaria en lugares en donde va a construir algún hotel o centro turístico se le da esa ayuda.

PREGUNTA 3. ¿Cuál es su percepción respecto al desarrollo del turismo cultural en Jama?

En cuanto al turismo cultural no se ha avanzado mayormente, pero se ve que tiene mucho potencial, porque los pueblos necesitan tener una identidad, una identidad relacionada con su historia y eso está estrechamente ligado y si no hay esa relación o no lo toman en consideración la misma población, nunca se van a sentir orgullosos de sus raíces y está demostrado que hoy en día los turistas aprecian mucho lo que son las costumbres y la historia de los pueblos y en este caso podemos sacarle ventaja en dos aspectos:

La cultura ancestral Jama-Coaque, muy rica muy variada, extensa y desarrollada y a su vez a la cultura Contemporánea, debido a que también tiene su riqueza cultural y todo esto ofrece ventaja turística y si se trabaja adecuadamente se puede sacar mucho provecho del mismo

PREGUNTA 4. ¿Considera Ud. que la implementación de un museo en el hotel Punta Prieta incrementará el turismo cultural en el Cantón Jama provincia de Manabí?

Seguro que sí, entre las razones que se ven es que el Hotel Punta Prieta llegan personas de diversos antecedentes culturales, de distintas nacionalidades, entonces estaría muy bien emplazado ahí y debido que la afluencia a este hotel siempre es alta incluso en temporada baja lograría difundirse rápidamente.

El sacarle ventaja a todos estos lugares es algo que se debe hacer y Punta Prieta a más de que un lugar muy hermoso tiene esa ventaja de que siempre la están visitando y va a desarrollarse mucho el turismo en Jama, porque eso (el

Museo Etnográfico) sería algo nuevo en la localidad, además de que la actividad turística en Jama es reciente y eso de un Museo Etnográfico suena como algo más grande y esto de seguro que va a desarrollar el turismo en Jama.

PREGUNTA 5. ¿De qué manera podría contribuir la institución a la cual usted representa con el proyecto de este museo?

La institución puede ayudar de algunas maneras, se decía en un principio que se puede ayudar con logística, puede ayudar en cuanto a la otorgación de permisos de funcionamiento por parte de la institución ya que en estos casos se ha buscado ser muy diligente para ahorrarles tiempo en cuanto a la realización de una serie de trámites, se les da entonces facilidades desde dentro de la institución agilizar esos trámites.

Por otra parte están los accesos que hasta allí puede llegar, lógicamente una construcción de carácter privado y con fines de lucro obviamente no puede ser mayor la inversión como lo fuese a una estatal, pero si la institución es mixta en cuanto a su constitución o estatutos si se podría intervenir por una parte y la ayuda sería en cuanto a materiales, además tratándose de una institución que vaya a servir a la colectividad siempre se tratará de ayudar lo más que pueda y hasta donde permitan las leyes

3.7.5 Entrevista dirigida al Jefe de Turismo de la comunidad de Jama.

Primera entrevista:

DATOS TÉCNICOS

Nombre: Ramón Chávez Nevarez

Cargo: Jefe de turismo

Edad: 18-25----- 26-35 X 36-45----- 46-55 x 56 en adelante

Instrucción: Primaria----- Secundaria----- Superior X

PREGUNTA 1. ¿Considera usted que se ha incrementado la afluencia de turistas en el cantón Jama?

En lo últimos años si se ha incrementado la afluencia de turistas en el cantón, dado que Jama tiene grandes recursos naturales para poderlos aprovechar con fines turísticos

PREGUNTA 2. ¿Piensa Ud. que existe suficiente Promoción y Publicidad de los atractivos naturales y culturales que posee el cantón Jama?

En realidad hace falta promoción en cuanto a una publicidad de desarrollo turístico, pero a ello se debe primeramente consistir en concientizar a cada uno de los servidores y emprendedores turísticos de que el turismo es una empresa de todos y que cuando todos estemos concientizados en este sentido para poder recibir al turista, pienso que masivamente se debería emprender una campaña de promoción y difusión turística de los atractivos tanto naturales como culturales que posee nuestro cantón.

PREGUNTA 3. ¿Considera Ud. que la oferta cultural proyecta una importante capacidad de atracción para el desarrollo de la actividad turística?

Desde luego que sí, porque jama fue un asentamiento de una de las culturas milenarias no solamente en el Ecuador sino en toda América Latina, entonces con la creación de este museo se desarrollará mucho más el turismo en nuestro cantón.

PREGUNTA 4. ¿Cuál es su percepción respecto al desarrollo del turismo cultural en Jama?

Bueno Jama tiene una gran perspectiva turística y más que todo con lo que tiene que ver con lo cultural, ya se cuenta con un museo, así como la participación del sr. Ricardo Alcívar que uno de los grandes impulsores del desarrollo turístico cultural de esta zona, ya que es uno de los grandes artistas que posee la provincia de Manabí y creemos que con este proyecto a implementar ayudaría mucho con el desarrollo de la actividad turística natural como cultural.

PREGUNTA 5. ¿Considera Ud. que la implementación de un museo etnográfico en el hotel Punta Prieta incrementará el turismo cultural en el Cantón Jama provincia de Manabí?

Si, por Punta Prieta es uno de los lugares más estratégicos en el cantón Jama dado a su ubicación y la conservación que se le a dado a la naturaleza.

Es importante que este Museo Etnográfico se desarrolle junto al hotel ya que con esto potencializará aún más el desarrollo de la actividad turística de la comunidad.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS EXTERNO

4.1 Situación General del Ecuador

4.1.1 Político.

El Ecuador ha poseído una estabilidad política en los últimos 5 años, tiempo en el que asumió la presidencia el Eco. Rafael Correa el 15 de enero del 2007; entre sus propuestas políticas estuvieron las siguientes:

- ✓ Revolución constitucional y democrática.
- ✓ Revolución económica y productiva.
- ✓ Revolución ética: combate frontal a la corrupción.
- ✓ Revolución educativa y de salud.
- ✓ Revolución por la dignidad, la soberanía y la integración productiva.

De las propuestas políticas antes mencionadas, aquella que de manera directa beneficia la implementación del Museo Etnográfico Jama-Coaque es aquel que tiene que ver con la revolución económica y productiva, debido a que se enfoca al privilegio del ciudadano ecuatoriano que trabaja por un mejor mañana creando fuentes de trabajo bajo su creatividad y capacidad de desarrollo: obreros, empresarios, campesinos y artesanos.

Por otra parte, está la participación de instituciones que establecen estrategias con la finalidad de poder llevar a cabo el mejoramiento del entorno económico para el desarrollo y avance de los sectores productivos que son de gran importancia dentro de la economía del país, tal es el caso de los artesanos.

En lo establecido por el Consejo Nacional para la Reactivación de la Producción y la Competitividad, destaca el programa del Gobierno Nacional en mejora de la competitividad mediante acciones en pro del desarrollo de infraestructura básica, marco legal, seguridad, educación, salud, entre otros. Todo este manejo se encuentra ligado al desarrollo del proyecto de Museo Etnográfico Jama-Coaque debido a que se puede afirmar las condiciones necesarias para que

el proyecto sea impulsado y difundido por medio de instituciones gubernamentales.

4.1.2 Económico.

El Ecuador en los últimos años ha tenido que hacer frente a la crisis mundial que se ha venido presentando tanto en Estados Unidos como en toda Europa debido a que la economía del país depende en gran medida de estas dos potencial comerciales, tras lo cual a impedido el crecimiento efectivo de la economía en el país. De igual manera, el columnista y también analista financiero Walter Spurrier, señala que *“Un colapso en la economía de Europa puede arrastrar a la economía americana y también (provocar) una desaceleración en la China (eso) significaría una caída en el precio del petróleo. (...) Eso tendría un impacto negativo en las finanzas fiscales. En segundo lugar (...) haría que los capitales del mundo se refugien en el dólar (...) y que este se fortalezca frente a otras monedas, y eso afectaría las exportaciones”*⁸.

Sin embargo, el sector artesanal, a pesar de la crisis que se presenta a nivel mundial, se han establecido políticas estatales de apoyo a los micro empresarios mediante instituciones como el Ministerio de Industrias y Competitividad, el Consejo Nacional para la Reactivación de la Producción, entre otros que con ayuda de instituciones financieras tales como la Corporación Financiera Nacional y Banco de Fomento, han logrado dinamizar el sector en productividad.

Ingresos generados: artesanías y joyas (dólares)

Ramas de Actividad	Total Ventas	% total
Artesanías en general	832.300.000	95,58
Artesanías de Madera	12.400.000	1,42
Artesanías de Cerámica	8.128.171	0,93
Total Artesanías	852.828.171	97,93
Joyas	17.954.174	2,07
Total artesanías y joyas	870.782.345	100,00

Cuadro No 1: Ingresos generados: Artesanías y joyas (dólares)

Fuente: Censo Económico 2011. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Inec)

⁸ Walter Spurrier (2012) <http://www.eluniverso.com/2012/07/20/1/1356/crecimiento-economia-preven-analistas-2012-2013.html>

De acuerdo al siguiente gráfico observamos los ingresos del año 2011 del sector Artesanías y Joyas, en el cual se observa el nivel de ingreso registrado en el rubro de Artesanías el cual genera el 95,58% de los ingresos totales, seguido de Joyas (2,07%), artesanías de madera (1,42%) y de cerámica (0,93%). Las ventas consolidadas del sector Artesanías y Joyas superan los 870 millones de dólares.

Finalmente, se realizará un breve análisis de aquellos indicadores económicos relevantes dentro del sector artesanal.

Crecimiento Económico Del PIB

Según cifras tomadas del Banco Central (Banco Central Del Ecuador, 2012), en el año 2011, el PIB per cápita se incrementó en 6.3% (al pasar de USD 1,759 en 2010 a USD 1,870 en 2011), apreciando el dinamismo de la economía ecuatoriana en dicho año. El crecimiento del PIB anual fue de 7.8%.

Como podemos observar en el cuadro, el país ha incrementado su poder de economía.

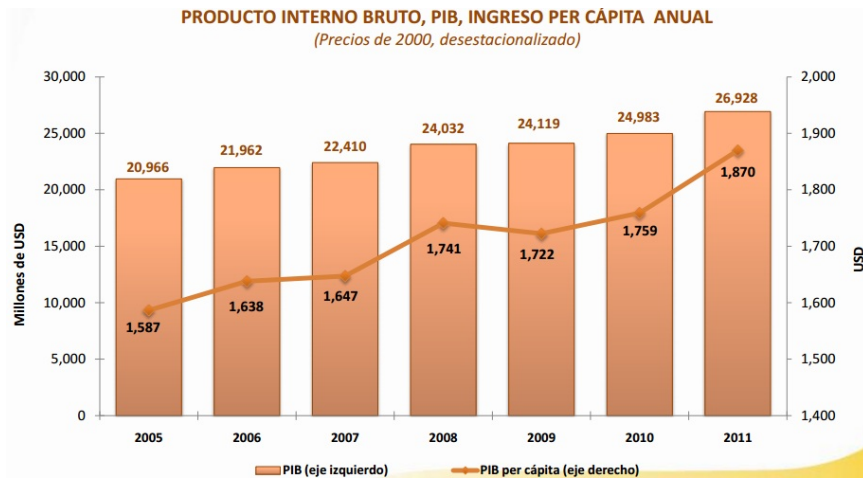


Gráfico No. 22 Producto Interno Bruto

Lo que se aprecia es un incremento en el PIB per cápita, lo que demuestra que el poder adquisitivo de la población ha aumentado desde el año 2011 demostrando que existe un mayor poder adquisitivo y por ende mayor consumo. Las personas gastan mucho más y requieren servicios que antes no consumían, entre ellos viajes a distintos lugares.

Como podemos observar en el siguiente cuadro del cuarto trimestre del año 2011, la principal industria que genera aumentos en el PIB es el sector de Construcción, seguido por el de Otros servicios entiéndase por los ingresos de la hotelería y turismo aportando en un 0.25% al valor del PIB anual. Seguido por la participación del Gobierno general con un 0.17%.

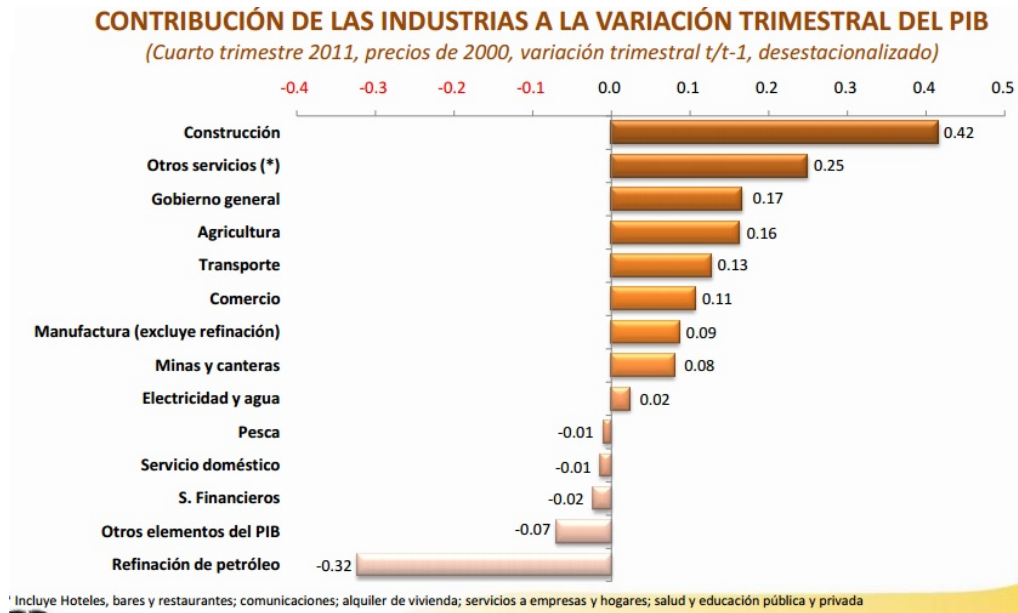


Gráfico No. 23 Contribución de las industrias a la variación del PIB

Tasas de desocupación

En marzo de 2012, la tasa de desocupación total fue de 4.9%. Por sexo, el 5.5% de las mujeres que conformaron la PEA se encontraron desocupadas, mientras que la desocupación de los hombres se ubicó en 4.4%, las dos tasas con respecto a la PEA de su respectivo género. Las cifras muestran que el aumento del desempleo de las mujeres provocó un aumento a la tasa de desocupación total de marzo 2012.

DESOCUPACIÓN TOTAL Y POR SEXO

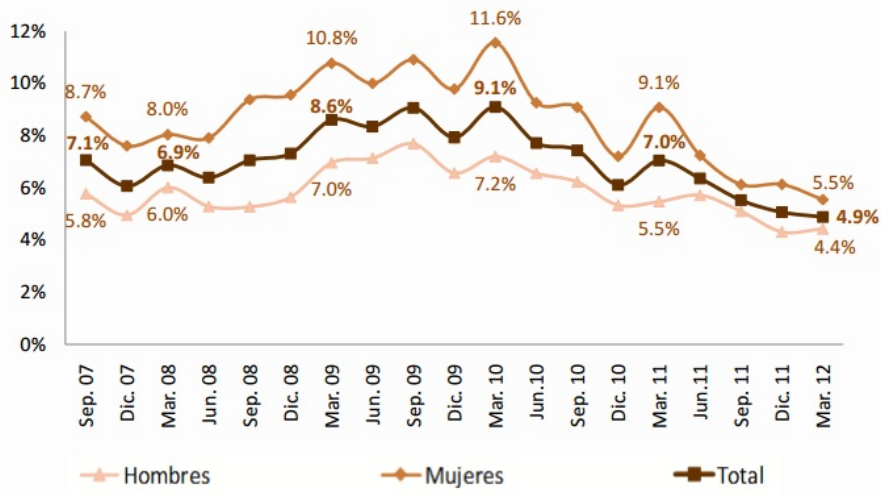


Gráfico No. 24 Desocupación total y por sexo

Con respecto al mercado laboral, si bien es cierto que han aumentado las plazas de trabajo esto solo se puede apreciar en el sector público, y esto no genera producción sino mas bien consumo. Existen sectores que han generado plazas de trabajo como en áreas comerciales, pero esto no es suficiente ya que siguen habiendo variaciones constantes en las cifras porcentuales.

Distribución De La PEA

Dentro de la estructura del mercado laboral de la PEA, en marzo de 2012, la tasa de ocupados plenos representó la mayor parte de la PEA, con una participación de 49.9%; la tasa de subocupación fue la segunda en importancia al situarse en 43.9%; le sigue la tasa de desocupación total (4.9%) y finalmente en mínimo porcentaje los ocupados no clasificados que son aquellos que no se pueden clasificar en ocupados plenos u otras formas de subempleo, por falta de datos en los ingresos o en las horas de trabajo. Estos resultados con respecto al mes de marzo de 2011, evidencian que los subocupados y los desempleados disminuyeron en 6.1y 2.1 puntos porcentuales, respectivamente, en tanto que los ocupados plenos aumentaron en 8.7 puntos porcentuales.

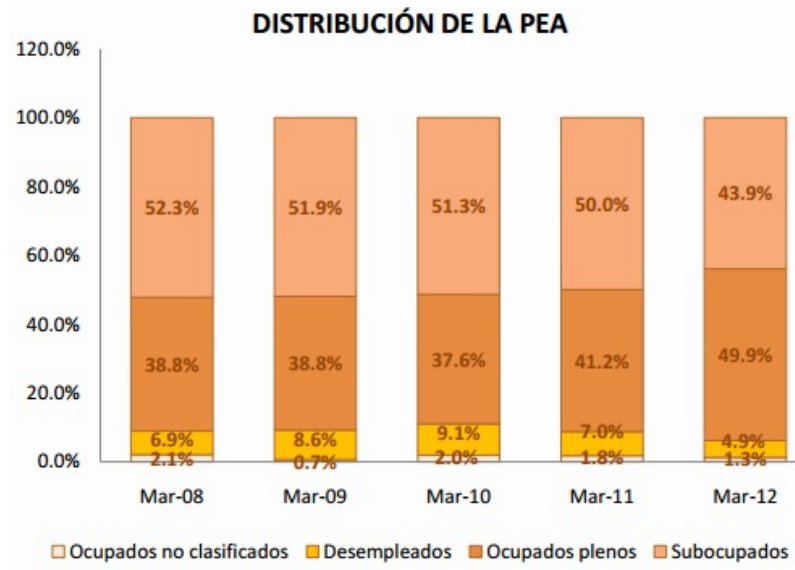


Gráfico No. 25 Distribución de la PEA

Inflación.

Dentro del proyecto Museo Etnográfico Jama-Coaque el principal producto a ofrecer serán las artesanías innovadoras referente a la antigua sociedad Jama-Coaque, por tal motivo se requiere un análisis de la inflación del país debido a que los productos artesanales requieren materia prima y cuyo valor ha ido variando en los últimos meses, lo que evita establecer un rango de precios manejables para la comercialización de las artesanías, lo que generaría una amenaza en cuestión de proyección de ventas a futuro.

En el siguiente cuadro se presenta la inflación en los últimos dos años:



Fuente: Banco Central del Ecuador

Cuadro No 2 Inflación de los últimos dos años.

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	3.88 %
Marzo-31-2011	3.57 %
Febrero-28-2011	3.39 %
Enero-31-2011	3.17 %
Diciembre-31-2010	3.33 %
Noviembre-30-2010	3.39 %
Octubre-31-2010	3.46 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tasa de interés:

Dentro de las políticas económicas del gobierno se establece controlar las tasas de interés para el sector económico buscando la manera de incentivar el sector productivo, sin embargo, el indicador del riesgo país se ha incrementado debido al no pago de la deuda externa, lo que demuestra que el ahorro no sea atractivo.

Tasa de Interés Activa.- De acuerdo a lo establecido en el siguiente recuadro, la tasa de interés activa ha tenido una tendencia a descender en el último año, lo que indica beneficios para las microempresas artesanales y en general de los pequeños y medianos artesanos productores de artesanías debido a que observan en el sector financiero un aliado en el desarrollo de sus actividades.

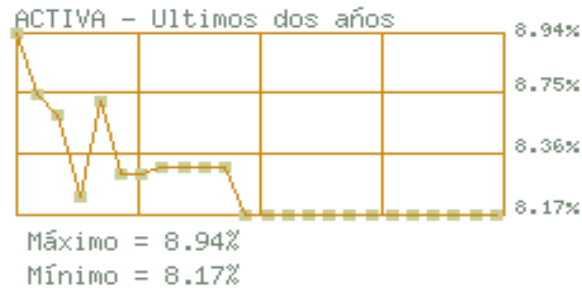


Gráfico No 27 Tasa de Interés activa de los dos últimos años
Fuente: Banco Central del Ecuador

Cuadro No3: Tasa de interés últimos dos años

FECHA	VALOR
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %
Junio-30-2012	8.17 %
Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-29-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %
Diciembre-31-2011	8.17 %
Noviembre-30-2011	8.17 %
Octubre-31-2011	8.17 %
Septiembre-30-2011	8.37 %
Agosto-31-2011	8.37 %
Julio-31-2011	8.37 %
Junio-30-2011	8.37 %
Mayo-31-2011	8.34 %
Abril-30-2011	8.34 %
Marzo-31-2011	8.65 %
Febrero-28-2011	8.25 %
Enero-31-2011	8.59 %
Diciembre-31-2010	8.68 %
Noviembre-30-2010	8.94 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tasa de Interés Pasiva.- El siguiente indicador no posee mucha influencia sobre los artesano productores dado que no existe la cultura del ahorro debido a que sus ingresos no son mayormente significativos, por tal motivo los microempresarios artesanales buscan invertir en materia prima y en infraestructura, antes que dejar su dinero en instituciones financieras.

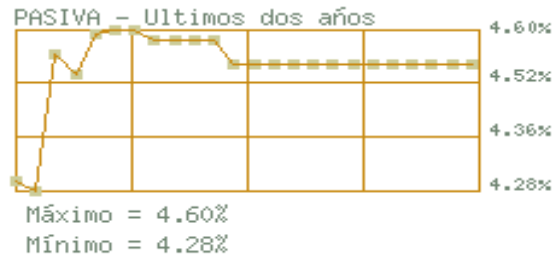


Gráfico No 28: Tasa de Interés Pasiva de los dos últimos años
Fuente: Banco Central del Ecuador

Cuadro No 4: Tasa de Interés últimos dos años

FECHA	VALOR
Octubre-31-2012	4.53 %
Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	4.53 %
Junio-30-2012	4.53 %
Mayo-31-2012	4.53 %
Abril-30-2012	4.53 %
Marzo-31-2012	4.53 %
Febrero-29-2012	4.53 %
Enero-31-2012	4.53 %
Diciembre-31-2011	4.53 %
Noviembre-30-2011	4.53 %
Octubre-31-2011	4.53 %
Septiembre-30-2011	4.58 %
Agosto-31-2011	4.58 %
Julio-31-2011	4.58 %
Junio-30-2011	4.58 %
Mayo-31-2011	4.60 %
Abril-30-2011	4.60 %
Marzo-31-2011	4.59 %
Febrero-28-2011	4.51 %
Enero-31-2011	4.55 %
Diciembre-31-2010	4.28 %
Noviembre-30-2010	4.30 %

Fuente: Banco Central del Ecuador.

4.1.3 Social

Dentro de este ámbito se conoce que en la actualidad existe una mayor concientización de la importancia de los valores culturales que existen en cada uno de los pueblos de nuestro país. Por otra parte, la importancia de mantener la competitividad tanto en el mercado nacional e internacional en cuestión de productos de calidad e innovación. De acuerdo al conocimiento y experiencia de los gestores de este proyecto, hoy en día la tendencia se encuentra direccionada en la adquisición de productos artesanales con identidad y cultura que por muchos años se venido perdiendo debido a la masificada producción de determinados tipos de artesanías llegando así a considerarlos productos de consumo masivo y/o desechables.

Finalmente, se puede decir que en el Ecuador no existe un lugar adecuado en el cual se expongan piezas arqueológicas combinadas con representaciones teatrales y que cuente con exhibición y comercialización de artesanías con valor artístico-cultural, únicas e innovadoras de la antigua sociedad Jama-Coaque.

Estructura poblacional

DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL POR EDAD

EDAD	TOTAL	%
< 1 año	285,768	2.01
1 - 14	4'020,085	28.30
15 – 24	2'675,182	18.83
25 – 34	2'256,212	15.88
35 – 49	2'530,764	17.82
50 -64	1'540,482	10.84
65 >	896,407	6.31
TOTAL POBLACIÓN	14'204,900	100%

Cuadro No. 5 DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL POR EDAD

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Como podemos observar en el cuadro la mayor concentración de habitantes se centra en habitantes desde los 15 a 49 años dando como resultado porcentual 52.53% de la población total en el Ecuador. Rango que está dentro de nuestro target de consumidores potenciales. Ya que las personas en esta edad son mucho más activos que el resto de la población.

Índice de Crecimiento Poblacional

CRECIMIENTO POBLACIONAL - VARIACION PORCENTUAL

Año	POBLACIÓN TOTAL	VARIACION
2001	\$ 12.479.924,00	
2002	\$ 12.660.728,00	1,43%
2003	\$ 12.842.578,00	1,42%
2004	\$ 13.026.891,00	1,41%
2005	\$ 13.215.089,00	1,42%
2006	\$ 13.408.270,00	1,42%
2007	\$ 13.605.485,00	1,42%
2008	\$ 13.805.095,00	1,42%
2009	\$ 14.005.449,00	1,42%
2010	\$ 14.204.900,00	1,42%

Cuadro No. 6 Crecimiento Poblacional-Variación Porcentual

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

CRECIMIENTO POBLACIONAL - VARIACION PORCENTUAL

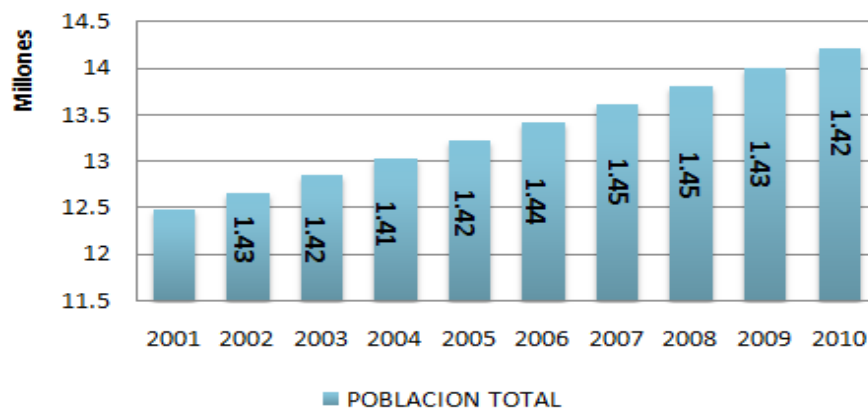


Gráfico No. 29 Crecimiento Poblacional-Variación Porcentual

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

4.1.4 Tecnológico.

El desarrollo de la tecnología en los últimos años ha desarrollado importantes ventajas tales como: agilidad de adaptación al cambio, cercanía al mercado local, capacidad de crecimiento y programas de apoyo.

Dentro del proyecto Museo Etnográfico Jama-Coaque la tecnología juega un papel muy importante debido a que en la actualidad la tendencia es aplicar numerosos sistemas para diferentes actividades con el fin de poder adaptar y alcanzar satisfacer las necesidades y exigencias tanto del personal dentro del proyecto así como los clientes, garantizando de este modo un adecuado servicio.

De igual manera para lograr un mayor posicionamiento de la imagen del Museo Etnográfico Jama-Coaque y a su vez de generar ventaja competitiva dentro del sector artesanal se utilizará el método “comercio en línea” para alcanzar dar a conocer todos los atributos del proyecto en cuanto al rescate cultural del cantón Jama, sus atractivos y beneficios del proyecto dentro de la comunidad. El manejo del comercio en línea permitirá al museo 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 en mayor rango.
- ✓ Acelerar las operaciones dentro del proyecto.
- ✓ Proveer nuevas formas para encontrar y servir a los clientes.
- ✓ Ayudar a establecer nuevas estrategias de posicionamiento y de relación con los clientes.

Si bien antes esta tecnología no estaba al alcance muchos pobladores. Hoy en día el acceso a internet en áreas rurales ha crecido. Dando paso al uso de estas tecnologías en pequeños cantones o ciudades, donde antes por falta de recursos económicos no disponían de las herramientas necesarias para abrirse paso en el mercado competitivo nacional. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censo nos presentan gráficos en valores del acceso a internet en áreas rurales del país.

ACCESO A INTERNET- ÁREAS RURALES AÑOS 2008-2010

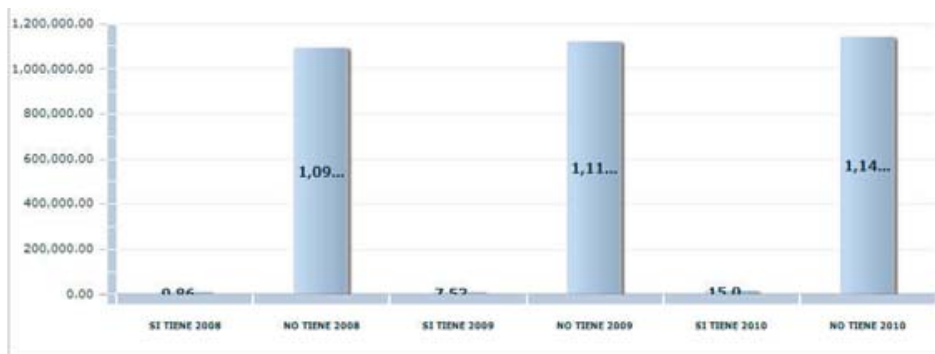


Gráfico No. 30 Acceso a Internet-Áreas Rurales

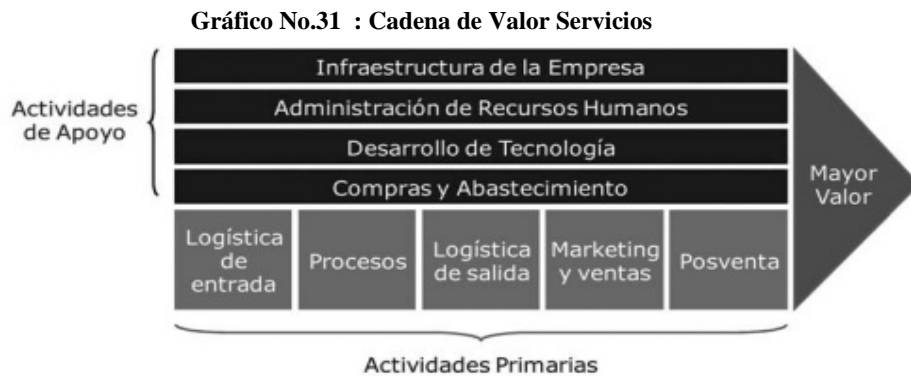
4.2 Factores críticos de éxito

4.2.1 Cadena de Valor de Servicios

De acuerdo con Antonio Francés *“Los factores críticos del éxito constituyen capacidades controlables por la empresa, sobre las cuales deberá actuar para alcanzar ventajas competitivas sostenibles y niveles de rentabilidad superiores a los estándares de la industria”*.

El proyecto del Museo Etnográfico Jama-Coaque, al ser un lugar en el cual se va a dar una atención al cliente de manera directa en cuanto a guianza, exposiciones, y ventas de artesanías, demanda que el enfoque para el análisis de la cadena de valor sea el de servicio y a su vez tomarlo en referencia como factores críticos de éxito para el proyecto.

Para el manejo de los factores críticos para el éxito se hará referencia a lo propuesto por Gustavo Alonso⁹, el cual establece con base al modelo de la cadena de valor de Michael Porter una secuencia a seguir el cual se encuentra establecido en eslabones primarios y secundarios, y a su vez muestra una clasificación en lo que respecta a las posibilidades de control.



Fuente: Palermo Business Review¹⁰

⁹ Profesor de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Palermo, Fundador y Director General de Time to Market

¹⁰ Alonso (2008)

4.2.2 Marketing.

- ✓ Contar con una investigación de mercados en el cual se puedan conocer las necesidades de los visitantes nacionales y extranjeros.
- ✓ Establecer una oferta cultural de acuerdo a las necesidades o expectativas identificadas, tanto para los visitantes nacionales como extranjeros.
- ✓ Imponer una marca y alcanzar un posicionamiento diferenciado de acuerdo con otros museos y que también contengan entre su oferta la venta de artesanías.
- ✓ Exponer a los visitantes las características y ventajas de los servicios mediante medios informativos virtuales y físicos.

4.2.3 Ventas

- ✓ Contar con un área de ventas con la finalidad de conocer y aplicar de manera adecuada el cierre de un negocio, y firma de un contrato o acuerdo.
- ✓ Establecer estrategias de venta del proyecto para los diferentes segmentos objetivos.

4.2.4 Logística

- ✓ Tener a disposición el adecuado recurso humano capacitado y con las adecuadas herramientas para su óptimo desempeño como sistemas informáticos de trabajo y control, movilización adecuada y herramientas de apoyo.
- ✓ Poseer la adecuada logística de marketing, para la adecuada planificación y posicionamiento del proyecto.

- ✓ Poseer la adecuada logística de distribución, para poder realizar la previsión de necesidades de productos, almacenamiento, innovación de los productos y servicios, entre otros.

4.2.5 Prestación de Servicio

- ✓ Establecer un riguroso proceso de inspección en cuanto a la prestación del servicio a los visitantes, lo cual permitirá disminuir el riesgo de prestar un mal servicio a los visitantes dentro de las galerías o de aquellos clientes interesados en los productos artesanales.
- ✓ Contar con un plan de capacitación direccionada al servicio al cliente, técnicas de ventas, resolución de conflictos y toma de decisiones las cuales estarán relacionados con las funciones del personal a disponer dentro del museo y de aquellos que manejen la venta de artesanías.
- ✓ Establecer normas del adecuado cuidado del aspecto personal, profesionalismo, cortesía y amabilidad del personal operativo del Museo Etnográfico Jama-Coaque.
- ✓ Mantener un registro de sugerencias tanto de los visitantes y clientes como también del personal operativo a fin de conocer las causas de las no conformidades y así evitar hechos negativo.
- ✓ Poseer espacios adecuados para el descanso de los turistas dentro del museo, logrando así garantizar el confort de los visitantes.
- ✓ Poseer un registro de los puntos negativos encontrados para generar datos que sean utilizados para establecer programas de mejora que puedan ser analizados por los superiores.

4.2.6 Servicio Post Venta

- ✓ Establecer un seguimiento de las ventas de las esculturas para de esta manera garantizar la satisfacción del cliente, así como de la atención del personal del museo.
- ✓ Incluir actividades posteriores a la venta el: manejo de quejas, adiestramiento para el uso, mantenimiento y reparación.
- ✓ Poseer programas de fidelización con los clientes, mediante estrategias promocionales, y sobre todo de post venta.

4.2.7 Clientes

- ✓ Garantizar a los clientes productos no más allá que aquello que se pueda brindar con el objetivo de no crear expectativas que no sean posibles de satisfacer.
- ✓ Establecer una retroalimentación de quejas y reclamaciones de los visitantes y clientes con el fin de tener una idea general de la calidad del servicio brindado mediante los resultados de los estudios de su satisfacción con los cuales se puedan conocer las causas de no conformidad.

4.2.8 Dirección General y de Recursos Humanos.

- ✓ Crear y manejar una cultura de servicio al cliente y calidad en todos sus niveles.
- ✓ Búsqueda y contratación adecuada del personal a laborar.
- ✓ Realizar el adecuado entrenamiento y desarrollo de todos los tipos del personal dentro del museo.

4.2.9 Organización Interna y Tecnológica

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

4.2.10 Infraestructura y ambiente

- ✓ Realizar un adecuado mantenimiento de la infraestructura y del diseño interior.
- ✓ Contar con seguridad adecuada para que los clientes puedan tener un recorrido tranquilo, disfrutando de la experiencia a vivir dentro del museo, estableciendo así un lugar donde la calidad se pueda sentir en todos los productos y servicios.
- ✓ Poseer una adecuada administración general, planeación, finanza, asuntos legales, etc, todos a cargo de gente profesional que conozca de las actividades dentro del museo.

4.2.11 Abastecimiento

- ✓ Contar con la adecuada logística de abastecimiento ta que se trata de una actividad crítica para el correcto funcionamiento y servicio al cliente.
- ✓ Contar con personal destinado solo para el área logística y que cuente con aquellas herramientas necesarias como movilización, comunicación, y equipo para la recolección y bodegaje de los productos.

4.3 Plan de Marketing

4.3.1 Producto

La implementación del proyecto en su conjunto contará con varios servicios ya expuestos, y a más de resaltar la cultura se busca incrementar la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros tanto como para Punta Prieta Guest House como para la comunidad mediante la exposición de restos arqueológicos, representaciones artísticas y reproducciones prehispánicas elaborados por gente propia de la comunidad.

En lo que respecta a la elaboración de artesanías, se requiere producir una gran variedad de productos con diseños creativos, exclusivos y de buen acabado (brillo, color y textura), y que satisfagan las exigencias de calidad tanto para el mercado local como para el mercado internacional).

Los productos artesanales que se ofertarán a través del museo etnográfico serán variados buscando demostrar la riqueza artística que se desarrolló con la cultura Jama-Coaque y por qué no de las distintas regiones de nuestro país. Se tomará en cuenta los diseños relacionados a motivos míticos tales como la construcción de tótems, sillas ceremoniales, representaciones zoomorfas ligadas a lo espiritual y bajo motivos existenciales como por ejemplo la fertilidad, costumbrismo, entre otros. Básicamente, las artesanías a elaborarse y comercializar dentro del museo etnográfico estarán divididas en: elementos decorativos y de regalo, artesanías de mayor y menor dimensión de madera y tagua.

El producto a desarrollar será de calidad elaborado con materia prima de calidad, bajo procesos técnicos predefinidos, serán resistentes y sometidos a riguroso controles de calidad. Los productos que sean solicitados por encargo deberán ser embalados y transportados con cuidado por los canales de distribución y brindar garantías de reposición del producto en caso de presentar fallas.

Por otra parte, se buscará establecer mayor valor agregado a los productos a exportar, como ejemplo incluir información acerca de los productos, proceso de elaboración, significado y conservación.

Se trabajará arduamente en las clases de taller para alcanzar innovación en las técnicas, diseños y métodos que mejoren las artesanías, buscando siempre la identidad ancestral, a través de estudios por parte del profesional de mercadeo como de producción.

El Producto Museo Etnográfico Jama-Coaque estará distribuido de la siguiente forma:

1. **Sala de Arte Precolombino:** Espacio dedicado a las exposiciones de esculturas prehispánicas de mayor dimensión trabajados en la sala taller, de igual forma estará equipada con dos vitrinas que servirán para la venta de souvenir de menor dimensión, además se complementará con un lobby el cual servirá para dar información acerca del museo y registro de visitantes.

De igual forma este espacio servirá para dar a conocer el fin del museo etnográfico con una breve introducción del lugar, invitando a recrearse y conocer de la antigua sociedad Jama-Coaque, esto estará a cargo de los guías capacitados para asistir a los visitantes en el recorrido por el museo.

2. **Sala Arqueológica:** Estará basada en la recopilación de artefactos históricos de la antigua sociedad Jama-Coaque tales como: sellos, cuencos, utensilios basados en su alimentación, representaciones zoomorfas, representaciones sociales entre otros. Además constará de gigantografías con información referente a las distintas fases de desarrollo en el ámbito social, económico y cultural.
3. **Sala Etnográfica:** En esta sala se expondrá bajo el uso de maniqués una representación ambientada al estilo de vida cotidiano en familia. Por otra parte existirán representaciones teatrales basadas en ceremonias de entierro, representaciones shamánicas y del poder del cacique sobre su pueblo. De igual forma habrán exposiciones de restos arqueológicos e información explicativa en gigantografías.

4. **Sala de taller:** Esta sala contará con equipos especiales para la elaboración de esculturas de gran dimensión y souvenir elaborados por personas propias de la comunidad que deseen aprender de este arte prehispánico y que tendrán como maestro al escultor y también accionista del proyecto Ricardo Alcívar. El objetivo de esta sala es que los visitantes conozcan más de cerca este tipo de expresión artística en cada una de sus fases.
5. **Sala Temporal:** La siguiente sala estará vinculada a todas aquellas representaciones artísticas desarrolladas por distintos organizadores o artistas en particular que deseen dar a conocer su arte, las representaciones a exponer estarán establecidas de acuerdo a la demanda de la misma.

4.3.2 Precio

Debido a que el museo etnográfico estará ligado con las actividades y servicios que ofrece el Punta Prieta Guest House se establecerá una estrategia de “Penetración” los primeros 6 meses con la finalidad de captar clientes. El costo a establecer de entrada será de 2.50 USD para adultos y 1.00 USD para niños mayores de 8 años sin importar el lugar de procedencia y nacionalidad. Los ingresos que se den por concepto de entrada servirán para apoyar tanto a los artesanos productores con capacitaciones que ayuden a mejorar sus técnicas de elaboración de artesanías y de igual forma servirá en la capacitación de los guías con los que contará el museo y así poder brindar el mejor servicio. De igual forma se busca contar con los fondos suficientes que sirvan para solventar la inversión establecida dentro del proyecto y que además sirvan para costear determinados tipos de apoyo por parte de instituciones públicas y privadas que busquen fomentar el desarrollo tanto del proyecto como de las personas.

Por otra parte los productos de un costo de elaboración bajo y sobre todo destinado para el mercado local, se aplicará de igual manera el método de “Penetración” los primeros 6 meses debido a que se buscará construir una

demanda primaria y captar nuevos clientes a través de la competencia de precios. Sin embargo, en los productos a comercializarse para el mercado extranjero, se establecerá la estrategia “Premium Price”, la cual se enfocará en atraer nuevos clientes internacionales con base en la calidad de los productos. Además en la aplicación de la estrategia “Premium Price”, se ha considerado que existe una barrera financiera ligada a la implementación del proyecto en su totalidad.

Además cabe mencionar que dentro de los objetivos dentro del museo etnográfico, está el alcanzar una rentabilidad neta de al menos el 30 % para los productos destinados al mercado nacional, con la finalidad de fomentar el consumo de los productos a ofertar. Sin embargo para los productos ofertados al mercado exterior se espera obtener una rentabilidad neta de al menos el 50% por producto, claro está que esto variará en mayor o menor margen de acuerdo al diseño, tiempo de elaboración, calidad y por sobre todo la cantidad demandada de los productos.

Finalmente se espera percibir ingresos del 10% mensual de comisión por parte del Punta Prieta Guest House debido a que el proyecto se manejará a manera de atracción dentro del mismo.

4.3.3 Plaza

La manera en que se comercializará el proyecto del Museo Etnográfico Jama-Coaque será de forma nacional e internacional mediante:

- ✓ Operadoras de Turismo.
- ✓ Agenda cultural de Municipalidad del cantón.
- ✓ Ministerio de turismo.
- ✓ Página web del Museo Etnográfico Jama-Coaque

4.3.4 Promoción

Brief de comunicación

Factor clave:

Implementación del Museo Etnográfico Jama-Coaque, un lugar donde se experimente la riqueza cultural en todos los sentidos bajo la exposición de restos arqueológicos, dramatizaciones, exposiciones temporales y reproducciones prehispánicas de la antigua sociedad Jama-Coaque los cuales contarán con gran respaldo de calidad en cada uno de sus procesos desde el diseño hasta el uso final del producto.

Objetivo de la comunicación:

Promocionar la existencia de una nueva forma de rescate cultural en donde se expongan de manera didáctica la riqueza cultural de la antigua sociedad Jama-Coaque.

Perfil del mercado objetivo:

Personas nacionales y extranjeras que gusten de las manifestaciones culturales y que valoren el arte prehispánico de calidad e innovadores.

Posicionamiento:

Dirigido al segmento de consumidores que prefieran y gusten de una experiencia con significado ancestral-cultural que puedan ofrecer cada uno de los pueblos en todo el territorio ecuatoriano.

Soporte:

Presencia de un Museo Etnográfico en el cual se pueda vivir y experimentar la riqueza cultural de la antigua sociedad Jama-Coaque bajo elaborados diseños costumbristas, creativos y exclusivos de buen acabado que satisfagan las exigencias de calidad del mercado.

Publicidad

La publicidad dentro del proyecto tendrá como objetivo el hacer conocer todas las actividades y productos que oferta el Museo Etnográfico Jama-Coaque y así estimular la demanda primaria, cambiar las percepciones negativas que existan sobre los museos y sobre el producto artesanal, todo ello para generar una respuesta o elección de compra.

Los medios en donde se realizará la publicidad serán en paneles publicitarios en los principales aeropuertos, hoteles del país y agencias de viaje para alcanzar el posicionamiento de la marca, a su vez se realizará la publicidad del proyecto tanto en la página web del Punta Prieta Guest House como en la propia página a crear del museo y también participando en ferias relacionadas a la actividad turística y artesanal. Además se realizará publicidad en lugares estratégicos de las principales ciudades del Ecuador (Guayaquil, Quito, Ambato, Cuenca) y en lugares de afluencia de turistas (Otavalo, Baños, Galápagos, principales playas del país, entre otros).

Promociones

Las promociones estarán establecidas tanto en el costo de la entrada como en la venta y distribución de artesanías de la siguiente manera:

- Promociones en el costo de la entrada y productos artesanales en temporada baja.
- Variedad de promociones en los feriados.
- Precios preferenciales en la entrada para grupos mayor a 12 personas y a clientes frecuentes en productos artesanales.
- Comisiones relevantes a todas aquellas agencias de viajes que vendan el producto Museo Etnográfico Jama-Coaque.

Para clientes ya sean estos locales y extranjeros en referencia a los productos artesanales, existirá una política de descuento de acuerdo a la cantidad de productos adquiridos, además existirá un trato diferente a los clientes frecuentes como por ejemplo información de nuevos productos que saldrán al mercado vía catálogo y/o internet, créditos directos, entre otros.

Ventas

El Museo Etnográfico Jama-Coaque al trabajar en conjunto con el Punta Prieta Guest House y a su vez con los artesanos productores, tendrá la capacidad de ofrecer determinados productos a precios bajos, descuentos por cantidad y en otros casos con altos márgenes de ganancia. Por otra parte se trabajará en el posicionamiento del museo no solo como un lugar de exhibición sino también establecerlo como un nombre de marca de prestigio y de calidad en la elaboración de productos artesanales.

Finalmente, será muy importante los clientes referidos por parte de las agencias de viaje hacia el museo así como clientes referidos por otros clientes de los productos artesanales, de esta manera se busca el desarrollo del marketing boca a boca que será una de las herramientas que el Museo Etnográfico Jama-Coaque espera que tenga éxito debido a que se trata de un lugar diferente a los ya existentes en todo el perfil costanero.

Relaciones Públicas.

Mediante la gestión de relaciones públicas entre el Museo Etnográfico Jama-Coaque y el público será importante para construir, administrar y mantener una imagen positiva que se pretende transmitir.

Principalmente el mensaje a transmitir es la importancia del valorar y rescatar el legado ancestral mediante el apoyo al artesano productor propio de la comunidad para que logren mejorar sus condiciones de vida a través de la misma guianza, producción y venta de artesanías. Para alcanzar este objetivo es

importante dar a conocer que el Museo Etnográfico Jama-Coaque realizará gestiones con la finalidad de conseguir capacitaciones y recursos que sirvan para canalizarlos en beneficio de las personas propias de la comunidad que se encuentren trabajando dentro del proyecto.

El Museo Etnográfico Jama-Coaque buscará el apoyo de instituciones tanto públicas como privadas, que aporten con tecnología, conocimientos y recursos para poder estar siempre en constante mejoramiento de las condiciones de los artesanos y por ende de la comunidad de donde ellos proceden.

Evidencia Física.

El manejo de la evidencia física que ayudará en la planificación del Museo Etnográfico Jama-Coaque será la infraestructura y el tipo de ambiente que se pretende implementar en el proyecto. El diseño interior será moderno pero con combinaciones rústicas-autóctonas en la que reflejen la riqueza cultural y artística de la antigua sociedad Jama-Coaque; esto se verá complementado con las representaciones artísticas, reproducciones artesanales y de la parte administrativa del proyecto en cuestiones de comercialización e información del mismo.

En cuanto a los productos artesanales a comercializarse, éstos tendrán un enfoque ecológico en cierta medida por la tendencia actual en proteger el medio ambiente. Por otra parte se buscará ofrecer mayor valor agregado a los productos a exportar suministrando información acerca de los mismos, su significado, proceso de elaboración, formas de conservación y origen.

Finalmente es importante recalcar que las instalaciones del Museo Etnográfico Jama-Coaque brindarán seguridad, facilidad de acceso y movilidad.

4.4 Desarrollo de la propuesta

4.4.1 Macro localización del proyecto

El proyecto a realizar se encuentra ubicado en la provincia de Manabí, cantón Jama.

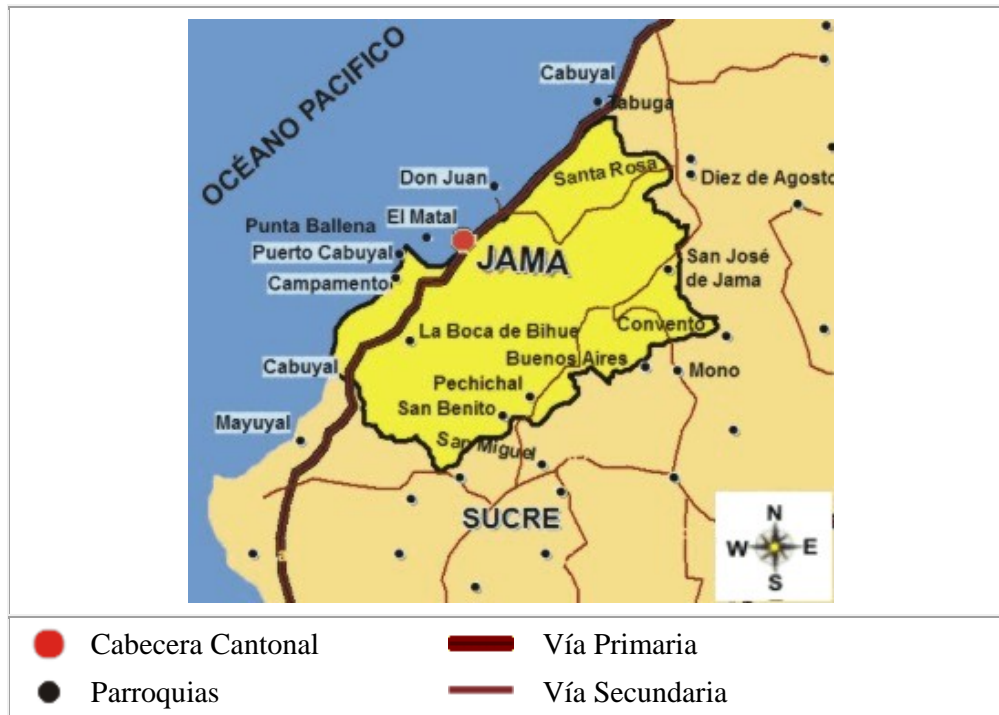


Figura # 1: Macro localización del proyecto
Fuente: Dirección Cantonal de Jama

4.4.2 Micro localización del Proyecto.

La implementación del proyecto se realizará dentro del terreno que comprende el hotel Punta Prieta el cual se encuentra ubicado en la vía Jama-Pedernales a 10 minutos de la zona poblada de la comunidad.



Figura # 2: Micro localización del proyecto
Fuente Dirección cantonal de Jama

4.4.3 Introducción.

La presente propuesta tiene como objetivo principal la implementación de un museo etnográfico que rescate y promueva la identidad cultural de la comunidad de Jama; así como atraer corrientes turísticas nacionales y extranjeras.

En nuestro país la actividad del turismo con todas sus subdivisiones ha ido ganando un gran espacio convirtiéndose así en una actividad socio-cultural y desarrollo económico sumamente rentable siempre y cuando esté presente la sustentabilidad de lo que nos rodea.

Muchos sectores de la Provincia de Manabí han impulsado proyectos viables a favor del rescate y fortalecimiento cultural, por lo que se evidencia claramente el fortalecimiento comunitario y el interés hacia las tradiciones de cada pueblo.

La comunidad de Jama posee grandes atractivos culturales turísticos por lo que es importante ser tomado en cuenta para realizar trabajos y proyectos turísticos a favor de la población, de darse a conocer aun más, de rescatar su identidad cultural y de explotar de una manera consciente lo que sus antepasados les han legado a través del tiempo.

4.4.4 Nombre del Establecimiento.

Museo Etnográfico *Jama-Coaque*.

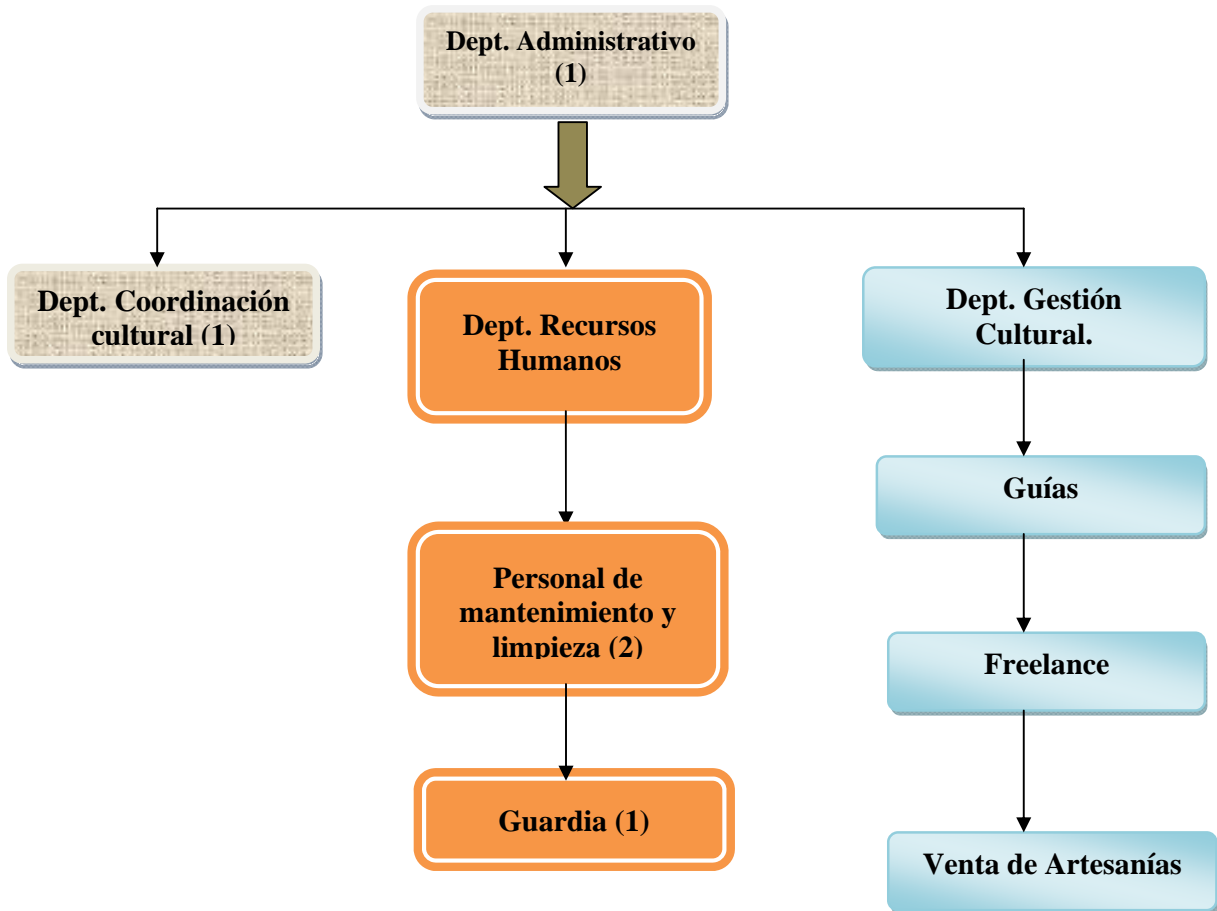
4.4.5 LOGO Y ESLOGAN



Figura # 3 Logo y Eslogan

Elaboración propia: Julio Alcívar

4.4.6 ORGANIGRAMA



4.4.7 Análisis F.O.D.A.

Fortalezas
Excelente ubicación en plena Ruta del Spondyllus
Manejo de piezas auténticas halladas en sitios arqueológicos
Infraestructura innovadora del Museo Etnográfico Jama-Coaque para las exhibiciones permanentes y temporales
Administración privada, profesional y dinámica
Elaboración y venta de artesanías únicas en su estilo, diseño y acabado

Oportunidades
Aceptación de parte de la ciudadanía en cuanto a la creación del Museo Etnográfico Jama-Coaque
Ubicación estratégica del cantón y del Punta Prieta Guest House para recibir flujo de turistas en temporadas altas y bajas
Estructura vial de primer orden
Existencia de bienes naturales y culturales que complementan la oferta del Museo Etnográfico Jama-Coaque
Actividades turísticas realizables en el cantón tales como: disfrute de actividades en Los siete saltos del Río Jama, playas como Tasaste, Matal, entre otros
Demanda de turismo cultural y ambiental

Debilidades
Niveles bajos de producción
Poca diversificación inicial de productos
Poco personal permanente para el taller del museo
Falta de interés de la comunidad local por realizar actividades culturales

Amenazas
Falta de inversión en infraestructura turística
Poca publicidad y conocimiento de la oferta turística de Jama
Falta de explotación de los recursos que posee el cantón
Ofertas atractivas al público por empresas/organizaciones que ofrecen productos y servicios similares

4.4.7 Misión del proyecto.

Satisfacer las necesidades de los visitantes nacionales y extranjeros fomentando el fortalecimiento cultural, bajo las tendencias actuales del turismo, generando fuentes de trabajo, y contribuyendo al desarrollo turístico del cantón y por ende del país.

4.4.8 Visión del proyecto.

Alcanzar el reconocimiento como destino turístico de Jama, a través de la conservación, rescate y aprovechamiento de los valores culturales que posee, y mediante un modelo de gestión sostenible que permita el desarrollo del cantón.

4.4.9 Definición del negocio.

El segmento al cual el museo etnográfico *Jama-Coaque* se encuentra enfocado en a los visitantes nacionales, extranjeros y propios de la localidad, con interés por lo cultural y artístico; y a quienes valoren el arte prehispánico representado en materiales propios de naturaleza tales como la tagua y la madera. Con esta propuesta se pretende satisfacer las necesidades de los visitantes, que ven al producto cultural como una forma de conocer y promocionar las costumbres, creencias y tradiciones de una región en común.

Por otra parte una vez de haber analizado en el estudio de mercado y el análisis FODA, se determinó la necesidad de generar un proyecto el cual cuente con cinco salas representativas:

- a. Sala de arte Precolombino.
- b. Sala Arqueológica.
- c. Sala Etnográfica.
- d. Sala Taller.
- e. Sala Temporal.

Por otra parte la sección del parqueo público se encuentra ya establecido dentro del terreno del Guest House Punta Prieta, estará destinada para los segmentos tanto de huéspedes dentro del establecimiento como para visitantes de paso. La necesidad a satisfacer es la de servicio y de parqueo público en un lugar seguro y con las debidas facilidades de acceso.

4.4.10 El personal y sus funciones.

Como es de conocimiento general en toda entidad existe el debido personal con sus debidas funciones a cumplir para el buen funcionamiento y éxito de una organización, por tal motivo las responsabilidades y obligaciones estarán establecidas a continuación:

a) Departamento Administrativo.

- **Director del Museo:** El siguiente puesto estará destinado de acuerdo a las decisiones de los accionistas del proyecto. De acuerdo a esto el Director general tendrá las siguientes funciones.
 - ✓ Representante jurídico del centro cultural.
 - ✓ Programar las normas, políticas, reglas, misión y visión para un adecuado funcionamiento del centro cultural de igual forma trazar metas a largo, mediano y corto plazo.
 - ✓ Gestionar la ayuda y convenios que favorezcan el crecimiento del centro cultural, esto se los puede realizar con ONG's y los gobiernos locales.
 - ✓ La toma de decisiones con respecto a los ingresos y egresos de material, dinero y demás objetos recaerá sobre esta persona, con el consenso de los demás miembros.
 - ✓ Se encargará de fomentar un espacio de armonía y buen trabajo con todo el talento humano que aporte su ayuda en el proyecto.

b) Departamento de Coordinación cultural.

Coordinador cultural: El encargado de este puesto tendrá como funciones.

- ✓ Planifica y coordina con los directores de escuelas y/o jefes de departamentos de dirección cultural de universidades del país, además de la vinculación de las actividades culturales con la comunidad del cantón.
- ✓ Presentar mensualmente y con antelación la planificación de los eventos culturales en coordinación con el Director del museo.
- ✓ Proyectar y presentar la coordinación de actividades ante instituciones oficiales y privadas, medios de comunicación y la comunidad en general.
- ✓ Emite informes periódicos al Director del museo, sobre las actividades realizadas en la unidad a su cargo.
- ✓ Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- ✓ Elabora informe periódico de las actividades realizadas.

c) Departamento de Mantenimiento.

- **Limpieza:** Esta persona o personas cumplirán con las siguientes responsabilidades.
 - ✓ Mantener el centro cultural en orden e impecable, esta parte no estaría dedicada estrictamente una persona sino varias ya que el fortalecimiento cultural depende de la unión y el apoyo continuo en todas las actividades a desempeñarse en el centro cultural.

- **Seguridad:** La seguridad del centro cultural de igual forma es compromiso de todas las personas involucradas en este proyecto velando los intereses de este espacio, las actividades serán las siguientes:
 - ✓ Brindar seguridad al centro cultural y a sus pertenencias.
 - ✓ Prestar seguridad a los turistas que ingresen al museo.
 - ✓ Realizar rondas rutinarias en las diferentes salas del centro cultural, con la ayuda del guía.

d) Departamento Gestión Cultural.

Guía: Los jóvenes y adultos de la comunidad quienes son los que poseen el conocimiento de su cultura son los más capacitados para desempeñar este puesto cumpliendo con los siguientes aspectos:

- ✓ Dar la bienvenida al centro cultural a los turistas de la manera más adecuada.
- ✓ Encargarse de la exposición de las diferentes salas del centro cultural.
- ✓ Resolver las inquietudes de los turistas que se presenten a través del recorrido.
- ✓ Si los turistas lo solicitan, encargarse de la guía dentro de la comunidad siempre destacando la importancia del ecoturismo y turismo etnocultural.

Venta de Artesanías: Los moradores de comunidad de Jama podrán hacer uso de este espacio para ofertar sus productos a los turistas que visiten el centro cultural, se formarán talleres de atención al cliente para así brindar un servicio de calidad y calidez.

Freelance: Corresponde a todos los artistas plásticos que laborarán en la sala taller del Museo Etnográfico Jama-Coaque.

4.4.11 Clasificación del Público.

- ✓ **Por Edad:** Niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores.
- ✓ **Procedencia:** Locales, regionales, nacionales, extranjeros.
- ✓ **Grado de Instrucción:** Primaria, secundaria, superior, profesionales en general.
- ✓ **Motivos de Visita:** Investigación, trabajo, recreación, intercambio de experiencias y convivencia comunitaria.

4.4.12 Horarios de Atención.

El museo Etnográfico tendrá el siguiente horario de atención:

Cuadro No 6: Horarios de atención

Días	Horarios
Lunes	Cerrado
Martes	9:30 am A 17:00 pm
Miércoles	9:30 am A 17:00 pm
Jueves	9:30 am A 17:00 pm
Viernes	9:30 am A 17:00 pm
Sábado	8:30 am A 17:00 pm
Domingo	8:30 am A 19:00 pm

Elaboración propia: Julio Alcívar

El Museo Etnográfico atenderá los días feriados en un horario extendido, con esto se pretende atraer al público visitante que busca momentos de esparcimiento y relajación durante los feriados.

4.5 Ingeniería del Proyecto

4.5.1 Adquisición del terreno/local

El Museo Etnográfico Jama-Coaque estará ubicado en terreno del Punta Prieta Guest House, para lo cual el Sr. Alonso Tacupai, dueño del hotel, nos facilitará los 748 mtr² que se necesitarán para la implementación del mismo y con esto establecerá su participación como accionista dentro del proyecto.

4.5.2 Diseño de Proyecto



Figura # 4 Diseño de Proyecto
Elaboración propia: Julio Alcívar

4.5.3 Diseño de Planta

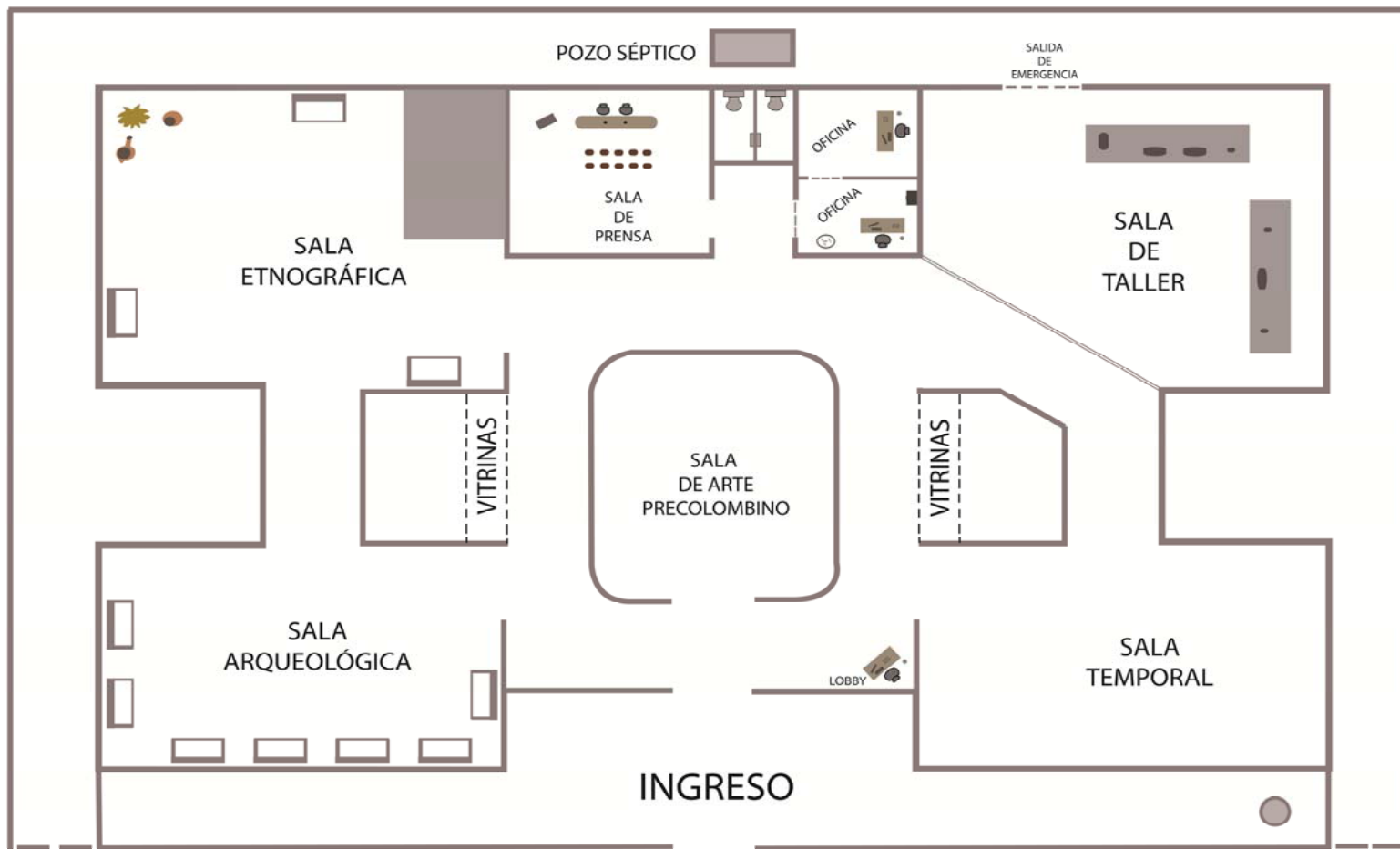


Figura # 5: Diseño de Planta
Elaboración propia: Julio Alcívar

4.5.4 Estudio de los materiales de construcción

Para la construcción del museo se necesitarán 540 mtr² de los 748 mtr² totales, a continuación se expondrá un listado de los materiales a utilizar para el levantamiento del mismo:

Cuadro No 7 Estudio materiales de construcción

130 sacos de cemento	\$ 7 c/u	\$ 910
3 volquetas de ripio	\$ 110 c/u	\$ 330
Contrapiso 20 sacos	\$ 7 c/u	\$ 140
130 vigas de amarre	\$ 10 c/u	\$1300
18 qq hierro 10mm	\$ 48 c/u	\$ 864
15 qq hierro 8mm	\$ 38 c/u	\$570
20 sacos de cemento para plinto	\$ 7 c/u	\$ 140
35 cañas para varetas	\$ 5 c/u	\$ 175
450 tablas cedro rojo	\$ 5 c/u	\$ 2250
100 colgaduras	\$ 5 c/u	\$ 500
135 llaves de amarre	\$ 8 c/u	\$ 1080
10 pilares de madera (tronco)	\$ 25 c/u	\$ 250
600 mtr² de paja toquilla	\$ 2,50 c/u	\$ 1500
30 planchas de zinc	\$ 9	\$ 270
4800 ladrillos	\$ 0,10	\$ 480
10 sacos de cemento	\$ 7	\$ 70
1 volqueta de arena	\$ 40	\$ 40
Mano de obra		\$ 24000
TOTAL		\$ 34,864

Elaboración propia: Julio Alcívar

Instalación Eléctrica

Cuadro No 8 Instalación eléctrica

22 Fluorescentes dobles	\$ 17 c/u	\$ 374
15 interruptores	\$ 3 c/u	\$ 45
15 tomacorrientes	\$ 3 c/u	\$ 45
1 caja de breques	\$ 46 c/u	\$ 46
2 rollos de cobre # 12	\$ 23 c/u	\$ 46
2 juegos de inodoro y lavamanos	\$ 105 c/u	\$ 210
8 breques	\$ 4 c/u	\$ 32
8 tubos de agua 1/2	\$ 8 c/u	\$ 64
Codos uniones y pegamento		\$ 10
2 llaves lavamanos		\$ 20
Instalación caja de breques		\$ 50
Instalación luz		\$ 90
Instalación agua		\$ 90
Tuberías de drenaje		\$30
TOTAL		1,152

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cerramiento frontal materiales y mano de obra

Cuadro No 9 Cerramiento frontal y mano de obra

32 varetas de madera	\$ 3 c/u	\$ 96
16 tablas para sellos	\$ 6 c/u	\$ 96
80 latillas de caña	\$ 2 c/u	\$ 160
32 estacas	\$ 5 c/u	\$ 160
Mano de obra de 16 imágenes	\$ 30 c/u	\$ 480
Mano de obra de 16 sellos cilíndricos	\$ 50 c/u	\$ 800
TOTAL		\$ 1,792

Elaboración propia: Julio Alcívar

4.6 ANÁLISIS DE IMPACTOS

4.6.1 BASES TEÓRICAS

Es muy importante realizar un análisis técnico de los impactos que generará el presente proyecto para lo cual se ha utilizado la Matriz de Valoración, como se muestra a continuación:

4.6.2 Matriz de valoración.

Cuadro No 10: Matriz de valoración

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Total							

Elaboración propia: Julio Alcívar

En la matriz se señala una valoración de -3 a 3, mismos que se comprenden de acuerdo a los siguientes criterios.

4.6.3 CRITERIOS.

Cuadro No11: Criterios

Puntaje	Significado
-3	<i>Impacto alto negativo</i>
-2	<i>Impacto medio negativo</i>
-1	<i>Impacto bajo negativo</i>
0	<i>No hay impacto</i>
1	<i>Impacto bajo positivo</i>
2	<i>Impacto medio positivo</i>
3	<i>Impacto alto positivo</i>

Elaboración propia: Julio Alcívar

A cada indicador se le asigna un nivel de impacto de acuerdo a la tabla anterior, el cual es analizado argumentando e indicando la razón por la cual se asigna determinado valor mediante una relación mediante cada matriz. En cada matriz de cada área se realiza una sumatoria de los niveles de impacto. La sumatoria obtenida anteriormente se divide para el número de indicadores, obteniéndose de esta manera el valor del impacto general del área.

Cabe señalar que bajo cada matriz se encuentran el análisis el análisis y argumento de las razones y circunstancias por las que se asigno el valor correspondiente a cada uno de los indicadores propuestos.

Para conocer el grado de impacto se emplea la siguiente ecuación:

$$\frac{\Sigma}{\text{Indicador}} = \text{Grado de impacto}$$

4.6.4 Impacto Socio-Económico

El impacto Socio-Económico, nos demostrará la medida en que el funcionamiento del proyecto influirá en la sociedad o comunidad en donde se establecerá el proyecto.

Cuadro No12: Matriz de impacto Socio-Económico

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Calidad de vida						X		2
Empleo							X	3
Seguridad laboral					X			1
Integración social							X	3
Negocios complementarios						X		2
Generación de nuevos empleos						X		2
Apoyo a la comunidad					X			1
Total								14
<p>Nivel de Impacto Socio-Económico=$\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto Socio-Económico=$\frac{14}{2}$</p> <p>Nivel de Impacto Socio-Económico=2 Impacto Medio Positivo</p>								

Fuente: Investigación directa
Elaboración propia: Julio Alcívar

Análisis.

Con el establecimiento del proyecto se pretende mejorar la calidad de vida de los pobladores del cantón Jama, debido a que se integrará a personas de la comunidad dentro del proyecto, estableciendo así nuevas alternativas económicas y, de este modo mejorar los ingresos en la comunidad.

El desarrollo del proyecto generará fuentes de trabajo, debido a la participación de personas propias de la comunidad en cuestiones de guianza, elaboración y venta de artesanías mediante la prestación de servicios de manera directa e indirecta, dando oportunidades de ocupación laboral esperando así alcanzar un impacto socio-económico de nivel medio positivo.

Finalmente se busca con la aplicación del proyecto crear nuevos negocios complementarios a futuro como la producción de otros tipos de bienes y/o servicios para la atención de turistas que visiten las instalaciones del Museo Etnográfico Jama-Coaque.

4.6.5 Impacto Socio-Cultural

Cuadro No 13: Matriz de impacto Socio-Cultural

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Mejoramiento del servicio al consumidor							X	3
Integración de sector empresarial							X	3
Creación de fuentes de trabajo							X	3
Integración empresa y sociedad							X	3
Proyección en la comunidad							X	3
Calidad de vida en la población							X	3
Total								18
<p>Nivel de Impacto Socio-Económico= $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto Socio-Económico= $\frac{18}{6}$</p> <p>Nivel de Impacto Socio-Económico= 3 Impacto Alto Positivo</p>								

Fuente: Investigación directa
Elaboración propia: Julio Alcívar

Análisis

La implementación del proyecto estará dirigida a personas que gusten de un turismo cultural y natural, que guste de la historia y de actividades turísticas, que haga de esta actividad una cultura de vida. Por tal motivo, la organización ofrecerá un servicio de calidad para quienes visiten el museo.

El proyecto será generadora de fuentes de trabajo, dado que para la prestación de servicio directa e indirecta dará oportunidades de ocupación laboral a un buen número de personas propias de la comunidad.

Finalmente el proyecto tendrá una visión empresarial sin dejar a un lado la atención a los indicadores socioeconómicos locales y del país, por lo que generará una proyección a la comunidad. Todo esto conllevará a una atención de primera a visitantes gustosos por lo cultural y natural, por lo que se implementará políticas de sana competencia y oferta del servicio.

4.6.6 Impacto Ambiental.

Dentro del proyecto el análisis de impactos ambientales se analizará en qué medida el proyecto afectará con los desechos a el medio ambiente y las medidas que se deberán tomar para mitigar dichos impactos.

Cuadro No 14: Matriz de impacto Ambiental

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Reciclaje de basura							X	3
Contaminación					X			1
Aguas negras							X	3
Sustancias tóxicas			X					-1
Desechos sólidos			X					-1
Total								5
<p>Nivel de Impacto Socio-Económico= $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto Socio-Económico= $\frac{5}{5}$</p> <p>Nivel de Impacto Socio-Económico= 1 Impacto Bajo Positivo</p>								

Fuente: Investigación directa
Elaboración propia: Julio Alcívar

Análisis.

Dentro del proyecto se impondrá el reciclaje de la mayoría de los desechos producidos por las actividades a realizar dentro del mismo como es el caso de los desechos de madera, semilla, barro entre otros que serán utilizados para la elaboración de artesanías, ya que esto creará una buena imagen del lugar.

Bajo el conocimiento de que toda actividad humana genera contaminación, el proyecto invertirá el dinero necesario para que la misma no sea significativa dentro del entorno natural que lo rodea.

Para el manejo de las aguas grises se utilizarán como riego de las áreas verdes en el proyecto para no contaminar los espacios circundantes.

Dentro del manejo de las aguas negras se utilizarán pozos sépticos. El objetivo del proyecto está en adquirir un biodigestor para así minimizar la contaminación del medio ambiente

Por otra parte, dentro de las actividades a realizar dentro del museo y de la elaboración de artesanías no se utilizarán desechos tóxicos. Se reciclará la mayoría de los desechos sólidos y para los que no se pueda darle un nuevo uso se arrojará a los tachos de basura para depositarlos en el recolector.

4.6.7 Impacto Empresarial.

Cuadro No 15: Matriz de Impacto Empresarial.

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Creación de valor de Empresa						X		2
Enfoque al cliente							X	3
Participación del personal					X			1
Mejora continua de Procesos						X		2
Gerencia proactiva					X			1
Total								9
<p>Nivel de Impacto Socio-Económico= $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto Socio-Económico= $\frac{9}{5}$</p> <p>Nivel de Impacto Socio-Económico= 1,8 Impacto Medio Positivo</p>								

Fuente: Investigación directa

Elaboración propia: Julio Alcívar

Análisis.

La implementación del Museo Etnográfico Jama-Coaque tiene por su parte una visión empresarial en el cual se tendrán en cuenta los indicadores socio-económicos del país para una mejor proyección a futuro del desenvolvimiento del proyecto dentro de la localidad, esperando así generar el impacto medio positivo esperado.

Po otra parte, el enfoque al cliente se lo establece en medida al conocimiento de las necesidades de los clientes y la búsqueda de la satisfacción de las mismas y así, poder generar nuevos servicios turísticos que sirvan para complementar la oferta.

De igual manera, la participación del personal de trabajo dentro del proyecto busca en gran medida el aporte en la toma de decisiones importantes, logrando así que se sientan a gusto y puedan identificarse con el mismo.

Finalmente, la administración proactiva dentro del mismo es de vital importancia para la toma de acciones, las cuales encaminarán al proyecto de manera positiva en el transcurso de la vida útil del mismo.

4.6.8 Impactos Generales.

Cuadro No 16: Matriz de Impactos Generales.

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicadores								
Socio-Económico						X		2
Empresarial						X		2
Cultural							X	3
Ambiental					X			1
Total								9
<p>Nivel de Impacto Socio-Económico= $\frac{\text{Sumatoria}}{\text{Número de Indicadores}}$</p> <p>Nivel de Impacto Socio-Económico= $\frac{9}{4}$</p> <p>Nivel de Impacto Socio-Económico= 2,25 Impacto Medio Positivo</p>								

Fuente: Investigación directa
Elaboración propia: Julio Alcívar

Análisis.

De acuerdo con el estudio de los impactos de manera más puntual se establece que el proyecto generará impactos tanto negativos como positivos pero en general tiene un impacto medio positivo.

De acuerdo a los parámetros del estudio se puede decir que el impacto financiero, pese a los riesgos que pueden existir al implementar un proyecto de esta naturaleza, por una posible no aceptación de los posibles demandantes, como también por los niveles de oferta, genera un impacto medio positivo. El proyecto es óptimo, genera cambios sociales, ya que crean nuevas fuentes de trabajo, lo que permite generación de nuevos ingresos, que se verán traducidos en un incremento del bienestar de las familias y la sociedad en general.

Los impactos ambientales son los más bajos en los cuales se debe trabajar para mejora. Se recomienda realizar las inversiones necesarias para que los impactos ambientales mejoren.

CAPÍTULO V

5.- Análisis financiero

5.1 Inversión inicial requerida

Estructura de Activos: Activos Fijos, Activos Intangibles: Gastos pre pagados y gastos pre operacionales del proyecto Museo Etnográfico Jama-Coaque.

Cuadro No 17: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS					
Tipo	Descripción	Area	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Muebles y Enseres	Escritorio	Oficinas	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Muebles y Enseres	Silla ejecutiva	Oficinas	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Muebles y Enseres	Archivador metálico de 4 gavetas	Oficinas	1	\$ 155,00	\$ 155,00
Muebles y Enseres	Mesa de conferencia de 2 metros de largo	Sala de prensa	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Muebles y Enseres	Microfono Shure Sm 58 Clasico	Sala de prensa	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Muebles y Enseres	Amplificador	Sala de prensa	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Muebles y Enseres	Silla metálica tapizadas en tela	Varios	7	\$ 22,00	\$ 154,00
Muebles y Enseres	Escritorio pequeño	Lobby	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Muebles y Enseres	Vitrinas de Vidrio	Varios	10	\$ 200,00	\$ 2.000,00
Muebles y Enseres	Gigantografias en papel fotográfico m2	Varios	10	\$ 20,00	\$ 200,00
Muebles y Enseres	Maniquies	Etnográfica	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Muebles y Enseres	Indumentaria maniquies	Etnográfica	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Muebles y Enseres	Indumentaria Actores	Etnográfica	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Muebles y Enseres	Pantalla para proyector ,100 pulgadas, manual tripode	Contemporánea	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Muebles y Enseres	Mini proyector Hacer 200 Lumenes,Hdmi, vgs	Contemporánea	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Muebles y Enseres	Vitrinas de vidrio, 2mtrs, 3 niveles	Central	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Equipos de Oficina	Aire acondicionado 9.000 BTU	Varios	1	\$ 360,00	\$ 360,00
Equipos de Oficina	Dispensador de Agua	Lobby	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Equipos de Oficina	Telefono Panasonic KXTS89	Varios	2	\$ 22,00	\$ 44,00
Equipos de Oficina	Máquina Cepilladora canteadora combinada	Taller	1	\$ 4.300,00	\$ 4.300,00
Equipos de Oficina	Sierra eléctrica RIDGID Fuego 12 Amp 6-1/2 pulgadas	Taller	3	\$ 180,00	\$ 540,00
Equipos de Oficina	Esmeril eléctrico de banco 6" doble función	Taller	3	\$ 70,00	\$ 210,00
Equipos de Oficina	Mesas de trabajo de acero inoxidable 2mtrs	Taller	2	\$ 220,00	\$ 440,00
Equipos de Oficina	Martillo de uña	Taller	3	\$ 12,00	\$ 36,00
Equipos de Oficina	Paneles informativos de 2m*1,80cm	Museografía	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Equipos de Oficina	Elaboración de dioramas	Museografía	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Equipos de Oficina	Impresión de banners, rool up	Varios	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Equipos de Computo	Computadoras de escritorio	Varios	2	\$ 550,00	\$ 1.100,00
Equipos de Computo	Impresora HP multifunción	Oficinas	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Equipos de Computo	Sistema Wifi	Varios	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Equipos de Computo	UPS	Varios	2	\$ 63,44	\$ 126,88
Edificación	Materiales y mano de obra		1	\$ 34.864,00	\$ 34.864,00
Edificación	Instalación eléctrica y potable		1	\$ 1.152,00	\$ 1.152,00
Edificación	Fachada iguana 15m		1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Edificación	Construcción mono ahullador		1	\$ 800,00	\$ 800,00
Edificación	Construcción indio		1	\$ 800,00	\$ 800,00
Edificación	Construcción jaguar		1	\$ 800,00	\$ 800,00
Edificación	Pared vidrio sala - taller		1	\$ 500,00	\$ 500,00
Edificación	Cerramiento frontal		1	\$ 1.792,00	\$ 1.792,00
Terreno	Terreno m2		748	\$ 25,00	\$ 18.700,00
\$					77.549

Elaboración propia: Julio Alcivar

Cuadro No 18: Activos Intangibles y Diferidos**ACTIVOS INTANGIBLES Y DIFERIDOS**

Descripción	Establecimiento	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Gastos de constitución		1	\$ 600,00	\$ 600,00
Investigación Histórica		1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Elaboración de guión Museológico		1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Portal Web		1	\$ 350,00	\$ 350,00
				\$ 0,00
				\$ 0,00
				\$ 0,00
				\$ 3.950,00

Elaboración propia: Julio Alcívar

Se ha realizado un recuento de los activos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, entre ellos el más importante es la construcción de la infraestructura donde funcionará el museo. Con la asesoría de un arquitecto se proyectaron los diferentes gastos que serán necesarios para levantar la edificación, la misma que costará \$46.558.

El terreno está avaluado en \$18.700 y será parte del aporte de un accionista. Adicionalmente, se han considerado los costos de adecuación de las diferentes salas del museo y la dotación de equipos para la oficina administrativa.

La inversión también incluye activos intangibles como la página web que servirá para la promoción del museo y otros importantes para la ejecución del proyecto.

La inversión en activos fijos se depreciará a un ritmo de \$4.519 y los diferidos serán amortizados a cinco años.

5.2 Tasas de Depreciación y Amortización vigentes.

Según el Reglamento de aplicación de la ley de régimen tributario interno en el portal web de la CFN.

a) La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual. 20 años
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual

En caso de que los porcentajes establecidos como máximos en este Reglamento sean superiores a los calculados de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil o la técnica contable, se aplicarán estos últimos.

Gasto por arrendamiento mercantil.- Para los casos en los cuales el plazo del contrato sea inferior a la vida útil del bien arrendado, sólo serán deducibles las cuotas o cánones de arrendamiento, siempre y cuando el valor de la opción de compra sea igual o mayor al valor pendiente de depreciación del bien en función del tiempo que resta de su vida útil. En caso de que la opción de compra sea menor al valor pendiente de depreciación del bien correspondiente a su vida útil estimada, no será deducible el exceso de las cuotas que resulte de restar de éstas el valor de depreciación del bien en condiciones normales.

Se entenderá como tiempo restante a la diferencia entre el tiempo de vida útil del bien conforme su naturaleza y el plazo del contrato de arrendamiento. Los tiempos de vida útil son:

(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 20 años.

(II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10 años.

(III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 5 años.

(IV) Equipos de cómputo y software 3 años.

5.3 Amortización de inversiones.

a) La amortización de los gastos pagados por anticipado en concepto de derechos de llave, marcas de fábrica, nombres comerciales y otros similares, se efectuarán de acuerdo con los períodos establecidos en los respectivos contratos o los períodos de expiración de dichos gastos;

b) La amortización de los gastos pre - operacionales, de organización y constitución, de los costos y gastos acumulados en la investigación, experimentación y desarrollo de nuevos productos, sistemas y procedimientos; en la instalación y puesta en marcha de plantas industriales o sus ampliaciones, en la exploración y desarrollo de minas y canteras, en la siembra y desarrollo de bosques y otros sembríos permanentes. Estas amortizaciones se efectuarán en un período no menor de 5 años en porcentajes anuales iguales, a partir del primer año en que el contribuyente genere ingresos operacionales; una vez adoptado un sistema de amortización, el contribuyente sólo podrá cambiarlo con la autorización previa del respectivo Director Regional del Servicio de Rentas Internas.

c) Las inversiones relacionadas con la ejecución de contratos celebrados con el Estado o entidades del sector público, en virtud de los cuales el contratista se obliga a ejecutar una obra, financiarla y operarla por cierto lapso, vencido el cual la obra ejecutada revierte sin costo alguno para el Estado o a la entidad del sector público contratante. Estas inversiones se amortizarán en porcentajes anuales iguales, a partir del primer año en que el contribuyente genere ingresos operacionales y por el lapso contractualmente estipulado para que el contratista opere la obra ejecutada.

De acuerdo a esta información se ha realizado los siguientes cuadros de depreciación y amortización de los activos fijos y de los activos intangibles del proyecto.

Cuadro No 19: Depreciación Activos Fijos

Totales de Inversión Activo Fijo		AÑOS	Depreciación Anual (1-3)	Depreciación Anual (4-8)
Muebles y Enseres	\$ 5.774	10	\$ 577	\$ 577
Equipos de Oficina	\$ 7.850	10	\$ 785	\$ 785
Equipos de Computo	\$ 1.517	3	\$ 506	\$ -
Edificación	\$ 43.708	20	\$ 2.185	\$ 2.185
Terreno	\$ 18.700	0	\$ -	\$ -
Total Activo Fijo	\$ 77.549		\$ 4.053	\$ 3.548

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 20: Amortización Activos Pre-operacionales

Totales de Inversión Activos intangibles y diferidos		AÑOS	Amortización Anual
Gastos de constitución	\$ 600,00	5	\$ 120,00
Investigación Histórica	\$ 1.500,00	5	\$ 300,00
Elaboración de guión Museológico	\$ 1.500,00	5	\$ 300,00
Portal Web	\$ 350,00	5	\$ 70,00
Total Activos intangibles y diferidos	\$ 3.950,00		\$ 790,00

Elaboración propia: Julio Alcívar

5.4 Rol de pagos

En capítulos anteriores se definió la forma como estaría distribuido el personal del museo mediante un organigrama. En el capítulo financiero a esta distribución se le asignarán los costos del personal por concepto de sueldos y beneficios sociales.

Se ha dividido al personal en dos grupos: mano de obra directa, compuesto por el coordinador cultural y los guías que serán los encargados de atender a los visitantes; y mano de obra indirecta, donde se incluyó al personal administrativo. El costo de personal es el rubro más alto del proyecto con un 56,9% sobre el total.

Para el establecimiento del porcentaje de Participación a los trabajadores se tomará como referencia lo expuesto en el portal web del SRI, el cual establece lo siguiente

- **Porcentaje de Participación a los Trabajadores.**

ECUADOR	<p>En el Ecuador existe el derecho del trabajador de participar en las utilidades líquidas de la empresa, en el porcentaje del 15%, sin que se distinga el tamaño de la empresa. Ver a continuación las normas que regulan tal derecho en el Código del Trabajo:</p> <p>Art. 97.- Participación de trabajadores en utilidades de la empresa.- El empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el quince por ciento (15%) de las utilidades líquidas. Este porcentaje se distribuirá así:</p> <p>El diez por ciento (10%) se dividirá para los trabajadores de la empresa, sin consideración a las remuneraciones recibidas por cada uno de ellos durante el año correspondiente al reparto y será entregado directamente al trabajador.</p> <p>El cinco por ciento (5%) restante será entregado directamente a los trabajadores de la empresa, en proporción a sus cargas familiares, entendiéndose por éstas al cónyuge o conviviente en unión de hecho,</p>
----------------	--

ECUADOR	<p>los hijos menores de dieciocho años y los hijos minusválidos de cualquier edad.</p> <p>El reparto se hará por intermedio de la asociación mayoritaria de trabajadores de la empresa y en proporción al número de estas cargas familiares, debidamente acreditadas por el trabajador ante el empleador. De no existir ninguna asociación, la entrega será directa. Quienes no hubieren trabajado durante el año completo, recibirán por tales participaciones la parte proporcional al tiempo de servicios.</p> <p>En las entidades de derecho privado en las cuales las instituciones del Estado tienen participación mayoritaria de recursos públicos, se estará a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa y de Unificación y Homologación de las Remuneraciones del Sector Público.</p> <p>Art. 98.- No tendrán derecho a utilidades.- Los trabajadores que percibieren sobresueldos o gratificaciones cuyo monto fuere igual o excediere al porcentaje que se fija, no tendrán derecho a participar en el reparto individual de las utilidades. Si fueren menores, tendrán derecho a la diferencia.</p> <p>Art. 99.- Dedución previa del quince por ciento.- Los porcentajes o valores que las empresas destinen por disposición legal, estatutaria, o por voluntad de los socios a la formación o incremento de reservas legales, estatutarias o facultativas, a participación especial sobre las utilidades líquidas, en favor de directores, gerentes o administradores de la empresa, y a otras participaciones similares que deben hacerse sobre las utilidades líquidas anuales, se aplicarán luego de deducido el quince por ciento correspondiente a participación de utilidades.</p> <p>Art. 100.- Utilidades para trabajadores de contratistas.- (Reformado por la Disposición Final Primera del Mandato Constituyente 8, R.O. 330-S, 6-V-2008).- Los trabajadores que presten sus servicios a órdenes de contratistas, incluyendo a aquellos que desempeñen labores discontinuas, participarán en las utilidades de la persona natural o jurídica en cuyo provecho se realice la obra o se preste el servicio.</p>
----------------	--

ECUADOR	<p>Si la participación individual en las utilidades del obligado directo son superiores, el trabajador sólo percibirá éstas; si fueren inferiores, se unificarán directamente, tanto las del obligado directo como las del beneficiario del servicio, sumando unas y otras, repartiéndoselas entre todos los trabajadores que las generaron.</p> <p>Art. 101.- Exoneración del pago de utilidades.- Quedan exonerados del pago de la participación en las utilidades los artesanos respecto de sus operarios y aprendices.</p> <p>Art. 102.- Las utilidades no se considerarán remuneración.- La participación en las utilidades líquidas de las empresas, que perciban los trabajadores, no se considerarán como parte de la remuneración para los efectos de pago de aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, ni para la determinación del fondo de reserva y jubilación.</p> <p>Art. 103.- Se considerarán como una sola empresa.- Si una o varias empresas se dedicaran a la producción y otras, primordialmente, al reparto y venta de los artículos producidos por las primeras, el Ministro de Trabajo y Empleo podrá considerarlas como una sola para el efecto del reparto de participación de utilidades.</p> <p>Art. 104.- Determinación de utilidades en relación al impuesto a la renta.- Para la determinación de las utilidades anuales de las respectivas empresas se tomarán como base las declaraciones o liquidaciones que se hagan para el efecto del pago del impuesto a la renta. El Servicio de Rentas Internas, a petición del Director Regional del Trabajo o de las organizaciones de trabajadores de las respectivas empresas, podrá disponer las investigaciones y fiscalizaciones que estimare convenientes para la apreciación de las utilidades efectivas. La respectiva organización de trabajadores delegará un representante para el examen de la contabilidad.</p> <p>El informe final de fiscalización deberá contener las observaciones del representante de los trabajadores, y se contará con ellos en cualquiera de las instancias de la reclamación.</p>
----------------	--

	<p>Art. 105.- Plazo para pago de utilidades- La parte que corresponde individualmente a los trabajadores por utilidades se pagará dentro del plazo de quince días, contados a partir de la fecha de liquidación de utilidades, que deberá hacerse hasta el 31 de marzo de cada año.</p> <p>Art. 106.- Saldo de utilidades no distribuidas.- Si hubiere algún saldo por concepto de utilidades no cobradas por los trabajadores, el empleador lo depositará en el Banco Central del Ecuador a órdenes del Director Regional del Trabajo, de su respectiva jurisdicción, a más tardar dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que debió efectuarse el pago, a fin de cancelar dicho saldo a los titulares. Si transcurrido un año del depósito, el trabajador o trabajadores no hubieren efectuado el cobro, el saldo existente incrementará automáticamente los fondos a los que se refiere el artículo 633 de este Código. El empleador o empresario será sancionado por el retardo en el depósito de estas sumas con el duplo de la cantidad no depositada.</p>
--	--

5.5 DECLARACIÓN Y PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA

Personas naturales y sucesiones indivisas.- Para liquidar el Impuesto a la Renta en el caso de las personas naturales y de las sucesiones indivisas, se aplicará a la base imponible las siguientes tarifas:

Para el año 2012 la tabla vigente para liquidar el Impuesto a la Renta es la siguiente:

Cuadro No 21: Impuesto a la renta 2012

Impuesto a la Renta - Año 2012			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
0,00	9.720	0	0%
9.720	12.380	0	5%
12.380	15.480	133	10%
15.480	18.580	443	12%
18.580	37.160	815	15%
37.160	55.730	3.602	20%
55.730	74.320	7.316	25%
74.320	99.080	11.962	30%
99.080	En adelante	19.392	35%

Sociedades.- Las sociedades constituidas en el Ecuador así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del 24% sobre su base imponible para el año 2011 y para el año 2012 la tarifa el impuesto será del 23% (se mantiene).

Las sociedades que reinviertan sus utilidades en el país podrán obtener una reducción de 10 puntos porcentuales de la tarifa del Impuesto a la Renta sobre el monto reinvertido en activos productivos, siempre y cuando lo destinen a la adquisición de maquinarias nuevas o equipos nuevos que se utilicen para su actividad productiva, así como para la adquisición de bienes relacionados con investigación y tecnología que mejoren productividad, generen diversificación productiva e incremento de empleo, para lo cual deberán efectuar el correspondiente aumento de capital. En el caso de instituciones financieras

privadas, cooperativas de ahorro y crédito y similares, también podrán obtener dicha reducción, siempre y cuando lo destinen al otorgamiento de créditos para el sector productivo, incluidos los pequeños y medianos productores, y efectúen el correspondiente aumento de capital.

Referencia: Artículo 36 y 37, Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

Una vez expuesta la siguiente referencia legal se dará paso a exponer el siguiente rol de pagos con su debido desglose.

Cuadro No 22: Nómina de empleados

Nómina de Empleados

CARGO	M/O	Cant	SUELDO BASICO	APORTE PERSONAL 9,35% IESS	NETO A PAGAR	VALOR HORA EXTRA
Coordinador Cultural	M/O DIRECTA	1	\$500	46,75	453,25	2,60
Guía	M/O DIRECTA	2	\$300	28,05	271,95	1,56
Director General	M/O INDIRECTA	1	\$700	65,45	634,55	3,65
Personal de Limpieza	M/O INDIRECTA	2	\$300	28,05	271,95	1,56
Seguridad	M/O INDIRECTA	1	\$300	28,05	271,95	1,56
	M/O INDIRECTA			0,00	0,00	0,00
TOTAL NOMINA			\$2.700	\$252	\$2.448	

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 23: Provisiones

PROVISIONES				
APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL CUENTAS POR PAGAR - IESS	PROVISION DECIMO TERCERO	PROVISION DECIMO CUARTO	VACACIONES
60,75	107,50	41,67	24,33	20,83
36,45	64,50	25,00	24,33	12,50
85,05	150,50	58,33	24,33	29,17
36,45	64,50	25,00	24,33	12,50
36,45	64,50	25,00	24,33	12,50
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
182,25	322,50	125,00	73,00	62,50

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 24: Rol de Pagos Mensual

Rol de Pagos mensual

DESGLOSE DE SUELDO BASE + BENEFICIO - APORTE PERSONAL IESS = NETO A RECIBIR									
CARGO	M/O		SUELDO	HORAS EXTRAS	TOTAL DE INGRESOS	APORTE PERSONAL IESS 9.35%	TOTAL EGRESOS	FONDO DE RESERVA 8,33%	NETO A PAGAR AL EMPLEADO
Coordinador Cultural	M/O DIRECTA	1	\$500,00		\$ 500,00	\$46,75	\$46,75		\$453,25
Guía	M/O DIRECTA	2	\$600,00		\$ 600,00	\$56,10	\$56,10		\$543,90
Director General	M/O INDIRECTA	1	\$700,00		\$ 700,00	\$65,45	\$65,45		\$634,55
Personal de Limpieza	M/O INDIRECTA	2	\$600,00		\$ 600,00	\$56,10	\$56,10		\$543,90
Seguridad	M/O INDIRECTA	1	\$300,00		\$ 300,00	\$28,05	\$28,05		\$271,95
	M/O INDIRECTA	0	\$0,00		\$ 0,00	\$0,00	\$0,00		\$0,00
TOTAL			\$2.700,00	\$0,00	\$2.700,00	\$252,45	\$252,45	\$0,00	\$2.447,55

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 25: Provisiones e impuestos Mensual

PROVISIONES E IMPUESTOS								MENSUAL
APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE PATRONAL 12.15%	CUENTAS POR PAGAR - IESS	PROVISION DECIMO TERCERO	PROVISION DECIMO CUARTO	VACACIONES	CUENTAS POR PAGAR BENEF EMPLEADOS	CUENTAS POR PAGAR EMPLEADOS IESS + BENEFICIOS	GASTO TOTAL EN NOMINA
\$46,75	\$60,75	107,50	\$41,67	\$24,33	\$20,83	\$86,83	\$194,33	\$647,58
\$56,10	\$72,90	129,00	\$50,00	\$24,33	\$25,00	\$99,33	\$228,33	\$772,23
\$65,45	\$85,05	150,50	\$58,33	\$24,33	\$29,17	\$111,83	\$262,33	\$896,88
\$56,10	\$72,90	129,00	\$50,00	\$24,33	\$25,00	\$99,33	\$228,33	\$772,23
\$28,05	\$36,45	64,50	\$25,00	\$24,33	\$12,50	\$61,83	\$126,33	\$398,28
\$0,00	\$0,00	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
\$252,45	\$328,05	\$580,50	\$225,00	\$121,67	\$112,50	\$459,17	\$1.039,67	\$3.487,22

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 26: Rol de pagos Año 1

Rol de Pagos
AÑO 1

CARGO	M/O		SUELDO	HORAS EXTRAS	TOTAL DE INGRESOS	APORTE PERSONAL	TOTAL EGRESOS	FONDO DE RESERVA	NETO A PAGAR
Coordinador Cultural	M/O DIRECTA	1	\$6.000,00		\$ 6.000,00	\$561,00	\$561,00		\$5.439,00
Guía	M/O DIRECTA	2	\$7.200,00		\$ 7.200,00	\$673,20	\$673,20		\$6.526,80
Director General	M/O INDIRECTA	1	\$8.400,00		\$ 8.400,00	\$ 785,40	\$785,40		\$7.614,60
Personal de Limpieza	M/O INDIRECTA	2	\$7.200,00		\$ 7.200,00	\$673,20	\$673,20		\$6.526,80
Seguridad	M/O INDIRECTA	1	\$3.600,00		\$ 3.600,00	\$336,60	\$336,60		\$3.263,40
	M/O INDIRECTA	0	\$0,00		\$ 0,00	\$0,00	\$0,00		\$0,00
TOTAL			\$32.400,00	\$0,00	\$32.400,00	\$3.029,40	\$3.029,40	\$0,00	\$29.370,60

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 27: Provisiones e Impuestos Año 1

APORTE PERSONAL 9.35%	APORTE PATRONAL 12.15%	CUENTAS POR PAGAR - IESS	PROVISION DECIMO TERCERO	PROVISION DECIMO CUARTO	VACACIONES	CUENTAS POR PAGAR EMPLEADOS	CUENTAS POR PAGAR EMPLEADOS IESS + BENEFICIOS	GASTO TOTAL EN NOMINA
\$561,00	\$729,00	1.290,00	\$500,00	\$292,00	\$250,00	\$1.042,00	\$2.332,00	\$7.771,00
\$673,20	\$874,80	1.548,00	\$600,00	\$292,00	\$300,00	\$1.192,00	\$2.740,00	\$9.266,80
\$785,40	\$1.020,60	1.806,00	\$700,00	\$292,00	\$350,00	\$1.342,00	\$3.148,00	\$10.762,60
\$673,20	\$874,80	1.548,00	\$600,00	\$292,00	\$300,00	\$1.192,00	\$2.740,00	\$9.266,80
\$336,60	\$437,40	774,00	\$300,00	\$292,00	\$150,00	\$742,00	\$1.516,00	\$4.779,40
\$0,00	\$0,00	0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
\$3.029,40	\$3.936,60	\$6.966,00	\$2.700,00	\$1.460,00	\$1.350,00	\$5.510,00	\$12.476,00	\$41.846,60

Elaboración propia: Julio Alcívar

5.6 FINANCIAMIENTO

Para iniciar el proyecto se necesita un inversión que alcanza los \$95.080,6 divididos en activos y capital de trabajo, suficiente para cubrir dos meses de costos operativos.

Se realizará un préstamo de \$67.000 a la CFN y la diferencia la aportarán los accionistas con el terreno y recursos propios. El préstamo será a ocho años plazo, con una tasa de interés de 11,5% anual y cuotas mensuales de \$1.070,60.

Al finalizar los ocho años del financiamiento se habrá cancelado el total del capital y adicionalmente una suma de \$35.779,33 por gastos financieros.

Cuadro No 28: Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
Inversión Total	\$ 95.080,6	
Activos totales	\$ 81.498,9	
Capital de Trabajo	\$ 13.581,8	// 2 MESES DE COSTOS Y GASTOS
Inversión Total	\$ 95.080,6	100%
Financiamiento	\$ 67.000,0	70%
Aporte Propio	\$ 28.080,6	30%

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 29: Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN	
Capital	\$ 67.000,0
Tasa de interés anual	11,5%
Plazo en años	8
Forma de Pago	mensual
Tasa efectiva	1,0%
Total Periodos	96
Periodos Normales	96
Valor Dividendo	\$ 1.070,6

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 30: Amortización del préstamo mensual

No. De dividendo	Amortización	interés	dividendo	Saldo de capital
0				\$ 67.000,0
1	\$ 428,5	\$ 642,1	\$ 1.070,6	\$ 66.571,5
2	\$ 432,6	\$ 638,0	\$ 1.070,6	\$ 66.138,8
3	\$ 436,8	\$ 633,8	\$ 1.070,6	\$ 65.702,0
4	\$ 441,0	\$ 629,6	\$ 1.070,6	\$ 65.261,1
5	\$ 445,2	\$ 625,4	\$ 1.070,6	\$ 64.815,9
6	\$ 449,5	\$ 621,2	\$ 1.070,6	\$ 64.366,4
7	\$ 453,8	\$ 616,8	\$ 1.070,6	\$ 63.912,6
8	\$ 458,1	\$ 612,5	\$ 1.070,6	\$ 63.454,5
9	\$ 462,5	\$ 608,1	\$ 1.070,6	\$ 62.992,0
10	\$ 466,9	\$ 603,7	\$ 1.070,6	\$ 62.525,0
11	\$ 471,4	\$ 599,2	\$ 1.070,6	\$ 62.053,6
12	\$ 475,9	\$ 594,7	\$ 1.070,6	\$ 61.577,7
13	\$ 480,5	\$ 590,1	\$ 1.070,6	\$ 61.097,2
14	\$ 485,1	\$ 585,5	\$ 1.070,6	\$ 60.612,1
15	\$ 489,8	\$ 580,9	\$ 1.070,6	\$ 60.122,3
16	\$ 494,4	\$ 576,2	\$ 1.070,6	\$ 59.627,9
17	\$ 499,2	\$ 571,4	\$ 1.070,6	\$ 59.128,7
18	\$ 504,0	\$ 566,7	\$ 1.070,6	\$ 58.624,7
19	\$ 508,8	\$ 561,8	\$ 1.070,6	\$ 58.115,9
20	\$ 513,7	\$ 556,9	\$ 1.070,6	\$ 57.602,3
21	\$ 518,6	\$ 552,0	\$ 1.070,6	\$ 57.083,7
22	\$ 523,6	\$ 547,1	\$ 1.070,6	\$ 56.560,1
23	\$ 528,6	\$ 542,0	\$ 1.070,6	\$ 56.031,5
24	\$ 533,6	\$ 537,0	\$ 1.070,6	\$ 55.497,9
25	\$ 538,8	\$ 531,9	\$ 1.070,6	\$ 54.959,1
26	\$ 543,9	\$ 526,7	\$ 1.070,6	\$ 54.415,2
27	\$ 549,1	\$ 521,5	\$ 1.070,6	\$ 53.866,0
28	\$ 554,4	\$ 516,2	\$ 1.070,6	\$ 53.311,6
29	\$ 559,7	\$ 510,9	\$ 1.070,6	\$ 52.751,9
30	\$ 565,1	\$ 505,5	\$ 1.070,6	\$ 52.186,8
31	\$ 570,5	\$ 500,1	\$ 1.070,6	\$ 51.616,3
32	\$ 576,0	\$ 494,7	\$ 1.070,6	\$ 51.040,4
33	\$ 581,5	\$ 489,1	\$ 1.070,6	\$ 50.458,9
34	\$ 587,1	\$ 483,6	\$ 1.070,6	\$ 49.871,9
35	\$ 592,7	\$ 477,9	\$ 1.070,6	\$ 49.279,2
36	\$ 598,4	\$ 472,3	\$ 1.070,6	\$ 48.680,8
37	\$ 604,1	\$ 466,5	\$ 1.070,6	\$ 48.076,7
38	\$ 609,9	\$ 460,7	\$ 1.070,6	\$ 47.466,8
39	\$ 615,7	\$ 454,9	\$ 1.070,6	\$ 46.851,1
40	\$ 621,6	\$ 449,0	\$ 1.070,6	\$ 46.229,5
41	\$ 627,6	\$ 443,0	\$ 1.070,6	\$ 45.601,9
42	\$ 633,6	\$ 437,0	\$ 1.070,6	\$ 44.968,3
43	\$ 639,7	\$ 430,9	\$ 1.070,6	\$ 44.328,6
44	\$ 645,8	\$ 424,8	\$ 1.070,6	\$ 43.682,8
45	\$ 652,0	\$ 418,6	\$ 1.070,6	\$ 43.030,8
46	\$ 658,2	\$ 412,4	\$ 1.070,6	\$ 42.372,6
47	\$ 664,5	\$ 406,1	\$ 1.070,6	\$ 41.708,0
48	\$ 670,9	\$ 399,7	\$ 1.070,6	\$ 41.037,1
49	\$ 677,3	\$ 393,3	\$ 1.070,6	\$ 40.359,8
50	\$ 683,8	\$ 386,8	\$ 1.070,6	\$ 39.675,9
51	\$ 690,4	\$ 380,2	\$ 1.070,6	\$ 38.985,6

52	\$ 697,0	\$ 373,6	\$ 1.070,6	\$ 38.288,6
53	\$ 703,7	\$ 366,9	\$ 1.070,6	\$ 37.584,9
54	\$ 710,4	\$ 360,2	\$ 1.070,6	\$ 36.874,4
55	\$ 717,2	\$ 353,4	\$ 1.070,6	\$ 36.157,2
56	\$ 724,1	\$ 346,5	\$ 1.070,6	\$ 35.433,1
57	\$ 731,1	\$ 339,6	\$ 1.070,6	\$ 34.702,0
58	\$ 738,1	\$ 332,6	\$ 1.070,6	\$ 33.964,0
59	\$ 745,1	\$ 325,5	\$ 1.070,6	\$ 33.218,8
60	\$ 752,3	\$ 318,3	\$ 1.070,6	\$ 32.466,6
61	\$ 759,5	\$ 311,1	\$ 1.070,6	\$ 31.707,1
62	\$ 766,8	\$ 303,9	\$ 1.070,6	\$ 30.940,3
63	\$ 774,1	\$ 296,5	\$ 1.070,6	\$ 30.166,2
64	\$ 781,5	\$ 289,1	\$ 1.070,6	\$ 29.384,7
65	\$ 789,0	\$ 281,6	\$ 1.070,6	\$ 28.595,7
66	\$ 796,6	\$ 274,0	\$ 1.070,6	\$ 27.799,1
67	\$ 804,2	\$ 266,4	\$ 1.070,6	\$ 26.994,9
68	\$ 811,9	\$ 258,7	\$ 1.070,6	\$ 26.183,0
69	\$ 819,7	\$ 250,9	\$ 1.070,6	\$ 25.363,3
70	\$ 827,6	\$ 243,1	\$ 1.070,6	\$ 24.535,7
71	\$ 835,5	\$ 235,1	\$ 1.070,6	\$ 23.700,3
72	\$ 843,5	\$ 227,1	\$ 1.070,6	\$ 22.856,8
73	\$ 851,6	\$ 219,0	\$ 1.070,6	\$ 22.005,2
74	\$ 859,7	\$ 210,9	\$ 1.070,6	\$ 21.145,5
75	\$ 868,0	\$ 202,6	\$ 1.070,6	\$ 20.277,5
76	\$ 876,3	\$ 194,3	\$ 1.070,6	\$ 19.401,2
77	\$ 884,7	\$ 185,9	\$ 1.070,6	\$ 18.516,5
78	\$ 893,2	\$ 177,4	\$ 1.070,6	\$ 17.623,3
79	\$ 901,7	\$ 168,9	\$ 1.070,6	\$ 16.721,6
80	\$ 910,4	\$ 160,2	\$ 1.070,6	\$ 15.811,2
81	\$ 919,1	\$ 151,5	\$ 1.070,6	\$ 14.892,1
82	\$ 927,9	\$ 142,7	\$ 1.070,6	\$ 13.964,2
83	\$ 936,8	\$ 133,8	\$ 1.070,6	\$ 13.027,4
84	\$ 945,8	\$ 124,8	\$ 1.070,6	\$ 12.081,7
85	\$ 954,8	\$ 115,8	\$ 1.070,6	\$ 11.126,8
86	\$ 964,0	\$ 106,6	\$ 1.070,6	\$ 10.162,9
87	\$ 973,2	\$ 97,4	\$ 1.070,6	\$ 9.189,6
88	\$ 982,6	\$ 88,1	\$ 1.070,6	\$ 8.207,1
89	\$ 992,0	\$ 78,7	\$ 1.070,6	\$ 7.215,1
90	\$ 1.001,5	\$ 69,1	\$ 1.070,6	\$ 6.213,6
91	\$ 1.011,1	\$ 59,5	\$ 1.070,6	\$ 5.202,6
92	\$ 1.020,8	\$ 49,9	\$ 1.070,6	\$ 4.181,8
93	\$ 1.030,5	\$ 40,1	\$ 1.070,6	\$ 3.151,3
94	\$ 1.040,4	\$ 30,2	\$ 1.070,6	\$ 2.110,8
95	\$ 1.050,4	\$ 20,2	\$ 1.070,6	\$ 1.060,5
96	\$ 1.060,5	\$ 10,2	\$ 1.070,6	\$ 0,0
Totales	\$ 67.000,00	\$ 35.779,33	\$ 102.779,33	

Elaboración propia: Julio Alcívar

5.7 Proyecciones de Ventas

Se ha realizado una proyección de ventas moderada, con un volumen de ingresos totalmente alcanzables. Se espera que el museo reciba aproximadamente 500 visitantes al mes, teniendo como días picos los fines de semana con un promedio de 100 entradas. Estas entradas tendrán un precio de \$2.50 que incluye el acceso a todas las salas del museo con el acompañamiento de un guía.

Este museo tendrá como valor agregado la venta de artículos de excelente calidad, realizados por los estudiantes de las clases de arte, entre los que destacan:

suvenires, collares, sillas, mesas, estatuas y tótems; todos elaborados con maderas y pinturas, y que serán vendidos a precios cómodos para los visitantes.

Se proyecta que en el primer año las ventas alcancen los \$113.960 y a partir del segundo año, con un incremento del 8% en la producción y 5% en el precio del producto se logre vender un total de \$129.230. Las ventas en los ocho años de proyecto alcanzarán la suma de \$1'475.244.

Cuadro No 31: Incremento en Unidades

% de incremento en unidades		8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%	
Unidades / Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	%
Entradas	6.000	6.480	6.998	7.558	8.163	8.816	9.521	10.283	51,7%
Souvenires A	2.400	2.592	2.799	3.023	3.265	3.526	3.808	4.113	20,7%
Souvenires B	1.800	1.944	2.100	2.267	2.449	2.645	2.856	3.085	15,5%
Collar cáscara de coco	720	778	840	907	980	1.058	1.143	1.234	6,2%
Remero en tagua	600	648	700	756	816	882	952	1.028	5,2%
Silla Huancavilca	16	17	19	20	22	24	25	27	0,1%
Mesa madera wachapelí	18	19	21	23	24	26	29	31	0,2%
Guerrero Jama - Coaque	24	26	28	30	33	35	38	41	0,2%
Shamán Jama - Coaque	24	26	28	30	33	35	38	41	0,2%
Tótem	12	13	14	15	16	18	19	21	0,1%
	11.614	12.543	13.547	14.630	15.801	17.065	18.430	19.904	100%

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 32: Incremento en ventas

% de incremento en ventas		5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	
Precios / Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	
Entradas	2,50	2,63	2,76	2,89	3,04	3,19	3,35	3,52	
Souvenires A	1,50	1,58	1,65	1,74	1,82	1,91	2,01	2,11	
Souvenires B	5,00	5,25	5,51	5,79	6,08	6,38	6,70	7,04	
Collar cáscara de coco	8,00	8,40	8,82	9,26	9,72	10,21	10,72	11,26	
Remero en tagua	15,00	15,75	16,54	17,36	18,23	19,14	20,10	21,11	
Silla Huancavilca	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75	638,14	670,05	703,55	
Mesa madera wachapelí	800,00	840,00	882,00	926,10	972,41	1.021,03	1.072,08	1.125,68	
Guerrero Jama - Coaque	450,00	472,50	496,13	520,93	546,98	574,33	603,04	633,20	
Shamán Jama - Coaque	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30	765,77	804,06	844,26	
Tótem	2.000,00	2.100,00	2.205,00	2.315,25	2.431,01	2.552,56	2.680,19	2.814,20	

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 33 Dólares/Años

Dólares / Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Entradas	15.000	17.010	19.289	21.874	24.805	28.129	31.898	36.173
Souvenires A	3.600	4.082	4.629	5.250	5.953	6.751	7.656	8.681
Souvenires B	9.000	10.206	11.574	13.124	14.883	16.877	19.139	21.704
Collar cáscara de coco	5.760	6.532	7.407	8.400	9.525	10.802	12.249	13.890
Remero en tagua	9.000	10.206	11.574	13.124	14.883	16.877	19.139	21.704
Silla Huancavilca	8.000	9.072	10.288	11.666	13.229	15.002	17.013	19.292
Mesa madera wachapelí	14.400	16.330	18.518	20.999	23.813	27.004	30.623	34.726
Guerrero Jama - Coaque	10.800	12.247	13.888	15.749	17.860	20.253	22.967	26.044
Shamán Jama - Coaque	14.400	16.330	18.518	20.999	23.813	27.004	30.623	34.726
Tótem	24.000	27.216	30.863	34.999	39.688	45.007	51.038	57.877
	113.960,00	129.230,64	146.547,55	166.184,92	188.453,70	213.706,49	242.343,16	274.817,14

Elaboración propia: Julio Alcívar

5.8 Cálculo del costo de la mano de obra directa y otros sueldos indirectos.

5.8.1 COSTOS DIRECTOS

Se han proyectado los costos mensuales del primer año del proyecto, para determinar el capital de trabajo necesario para financiar. Dentro de los costos directos, se toma en cuenta el incentivo que se dará a los estudiantes por la venta de las piezas elaboradas en clases, que corresponde al 15% del valor vendido.

También se ha costeado la adquisición de troncos de diferentes tipos para la realización de las piezas que se comercializarán en el museo. Estos troncos generan un costo adicional de transportación, correspondiente a \$50 por cada 10 unidades.

Se incluye el costo del personal directo, la provisión de beneficios sociales y los pagos que se efectuarán al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Cuadro No 34: Costos mano de obra directa

Costos Directos	ene-12	feb-12	mar-12	abr-12	may-12	jun-12	jul-12	ago-12	sep-12	oct-12	nov-12	dic-12	TOTAL
Mano de Obra Directa: Sueldos Y Salarios	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 937,15	\$ 11.965,80
Gastos de Beneficios Sociales	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 186,17	\$ 2.234,00
Gastos de IESS	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 236,50	\$ 2.838,00
Mantenimiento del museo	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Mano de obra alumnos 15%	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 1.424,50	\$ 17.094,00
Materia prima (tronco)	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 576,67	\$ 6.703,33
Materiales extras	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 253,33	\$ 3.040,00
Transporte	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 470,00
Dominio y Hosting Portal web	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Total de Costos	\$ 3.783,48	\$ 3.783,48	\$ 3.783,48	\$ 3.783,48	\$ 3.783,48	\$ 3.783,48	\$ 3.783,48	\$ 3.783,48	\$ 3.783,48	\$ 3.783,48	\$ 3.783,48	\$ 3.566,82	\$ 45.185,13

Elaboración propia: Julio Alcívar

5.8.2 COSTOS INDIRECTOS

El principal costo indirecto corresponde al pago de los sueldos y beneficios sociales del personal administrativo. También por los gastos administrativos y generales necesarios para la gestión laboral.

El plan promocional se ejecutará con un presupuesto de \$4.800 en el primer año, esto servirá para atraer turistas al museo y que no sólo sea conocido a nivel local sino nacional.

Todos los costos del primer año aumentarán a un ritmo del 5% a partir de los siguientes años por conceptos inflacionarios.

Cuadro No 35: Costos Indirectos

Costos Indirectos	ene-12	feb-12	mar-12	abr-12	may-12	jun-12	jul-12	ago-12	sep-12	oct-12	nov-12	dic-12	TOTAL
Mano de Obra Indirecta: Sueldos Y Salarios	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 1.450,40	\$ 17.404,80
Gastos de Beneficios Sociales	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 273,00	\$ 3.276,00
Gastos de IESS	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 344,00	\$ 4.128,00
Suministros de Oficina	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Agua, Energía, Luz y Telecomunicaciones	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Promoción y Publicidad	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Gastos de limpieza y varios	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Total de Gastos	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 3.007,40	\$ 36.088,80
Total de Costos y Gastos	\$ 6.790,88	\$ 6.790,88	\$ 6.790,88	\$ 6.790,88	\$ 6.790,88	\$ 6.790,88	\$ 6.790,88	\$ 6.790,88	\$ 6.790,88	\$ 6.790,88	\$ 6.790,88	\$ 6.574,22	\$ 81.273,93

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 36: Incremento Anual en Costos Directos e Indirectos

Incremento		5%							
Costos Directos		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Mano de Obra Directa: Sueldos Y Salarios	\$	11.965,80	13.718,63	14.404,56	15.124,79	15.881,03	16.675,08	17.508,83	18.384,27
Gastos de Beneficios Sociales	\$	2.234,00	2.345,70	2.462,99	2.586,13	2.715,44	2.851,21	2.993,77	3.143,46
Gastos de IESS	\$	2.838,00	2.979,90	3.128,90	3.285,34	3.449,61	3.622,09	3.803,19	3.993,35
Mantenimiento del museo	\$	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30	765,77	804,06	844,26
Mano de obra alumnos 15%	\$	17.094,00	17.948,70	18.846,14	19.788,44	20.777,86	21.816,76	22.907,59	24.052,97
Materia prima (tronco)	\$	6.703,33	7.038,50	7.390,43	7.759,95	8.147,94	8.555,34	8.983,11	9.432,26
Materiales extras	\$	3.040,00	3.192,00	3.351,60	3.519,18	3.695,14	3.879,90	4.073,89	4.277,59
Transporte	\$	470,00	493,50	518,18	544,08	571,29	599,85	629,84	661,34
Dominio y Hosting Portal web	\$	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72	306,31	321,62	337,70
Total de Costos	\$	45.185,1	48.598,9	51.028,9	53.580,3	56.259,3	59.072,3	62.025,9	65.127,2

Costos Indirectos		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Mano de Obra Indirecta: Sueldos Y Salarios	\$	24.475,50	28.060,83	29.463,87	30.937,07	32.483,92	34.108,11	35.813,52	37.604,20
Gastos de Beneficios Sociales	\$	4.835,00	5.076,75	5.330,59	5.597,12	5.876,97	6.170,82	6.479,36	6.750,12
Gastos de IESS	\$	5.805,00	6.095,25	6.400,01	6.720,01	7.056,01	7.408,81	7.779,26	8.169,79
Suministros de Oficina	\$	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16	918,92	964,87	1.013,11
Agua, Energía, Luz y Telecomunicaciones	\$	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43	6.126,15	6.432,46	6.754,08
Promoción y Publicidad	\$	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43	6.126,15	6.432,46	6.754,08
Gastos de limpieza y varios	\$	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	1.225,23	1.286,49	1.350,82
Total de Gastos	\$	46.395,5	51.076,8	53.630,7	56.312,2	59.127,8	62.084,2	65.188,4	90.556,2

Total de Costos y Gastos	\$	91.580,6	99.675,8	104.659,5	109.892,5	115.387,1	121.156,5	127.214,3	155.683,4
---------------------------------	-----------	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Elaboración propia: Julio Alcívar

5.9 Determinación de costo de producción/operación: compras de materia prima y mano de obra directa.

Cuadro No 37: Materia Prima

Materia prima (tronco)			
Productos	Cant anual	Costo	Costo anual
Mango	24	\$ 50,00	\$ 1.200,00
Wachapelí	36	\$ 70,00	\$ 2.520,00
Samango	24	\$ 50,00	\$ 1.200,00
Guayacán	10	\$ 200,00	\$ 2.000,00
			\$ 6.920,00

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 38: Materiales Extras

Materiales extras	
Productos	Costo anual
Silla Huancavilca	\$ 400,00
Mesa madera wachapelí	\$ 1.080,00
Guerrero Jama - Coaque	\$ 288,00
Shamán Jama - Coaque	\$ 312,00
Tótem	\$ 960,00
\$ 3.040,00	

Elaboración propia: Julio Alcívar

5.10 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS ANUAL

Cuadro No 39: Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	TOTAL
Ventas	\$ 113.960,0	\$ 129.230,6	\$ 146.547,5	\$ 166.184,9	\$ 188.453,7	\$ 213.706,5	\$ 242.343,2	\$ 274.817,1	\$ 1.475.243,6
(Costos Directos)	\$ 45.185,1	\$ 48.598,9	\$ 51.028,9	\$ 53.580,3	\$ 56.259,3	\$ 59.072,3	\$ 62.025,9	\$ 65.127,2	\$ 440.878,0
Utilidad Bruta	\$ 68.774,9	\$ 80.631,7	\$ 95.518,7	\$ 112.604,6	\$ 132.194,4	\$ 154.634,2	\$ 180.317,2	\$ 209.689,9	\$ 1.034.365,6
(Costos Indirectos)	\$ 36.088,8	\$ 39.572,6	\$ 41.551,2	\$ 43.628,8	\$ 45.810,2	\$ 48.100,7	\$ 50.505,7	\$ 70.586,0	\$ 375.844,0
Utilidad Operativa	\$ 32.686,1	\$ 41.059,1	\$ 53.967,5	\$ 68.975,8	\$ 86.384,2	\$ 106.533,5	\$ 129.811,5	\$ 139.103,9	\$ 658.521,6
Gastos Financieros	\$ 7.425,1	\$ 6.767,6	\$ 6.030,4	\$ 5.203,7	\$ 4.276,9	\$ 3.237,6	\$ 2.072,3	\$ 765,7	\$ 35.779,3
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 4.843,4	\$ 4.843,4	\$ 4.843,4	\$ 4.337,8	\$ 4.337,8	\$ 3.547,8	\$ 3.547,8	\$ 3.547,8	\$ 33.849,3
Utilidad antes de Impuestos	\$ 20.417,5	\$ 29.448,1	\$ 43.093,7	\$ 59.434,3	\$ 77.769,5	\$ 99.748,1	\$ 124.191,4	\$ 134.790,4	\$ 588.893,0
Repartición de trabajadores 15%	\$ 3.062,6	\$ 4.417,2	\$ 6.464,1	\$ 8.915,1	\$ 11.665,4	\$ 14.962,2	\$ 18.628,7	\$ 20.218,6	
Utilidad antes Imptos Renta	\$ 17.354,9	\$ 25.030,9	\$ 36.629,6	\$ 50.519,2	\$ 66.104,1	\$ 84.785,9	\$ 105.562,7	\$ 114.571,8	\$ 500.559,0
Impto a la Renta 22%	\$ 3.818,1	\$ 5.506,8	\$ 8.058,5	\$ 11.114,2	\$ 14.542,9	\$ 18.652,9	\$ 23.223,8	\$ 25.205,8	
Utilidad Final	\$ 13.536,8	\$ 19.524,1	\$ 28.571,1	\$ 39.404,9	\$ 51.561,2	\$ 66.133,0	\$ 82.338,9	\$ 89.366,0	\$ 390.436,1

Elaboración propia: Julio Alcívar

Los estados financieros se proyectan a ocho años, igual que el tiempo de financiamiento de la inversión. Se puede observar que con las ventas estimadas se cubre el 159% de los costos operativos y no existe ningún problema para el pago de los intereses del préstamo.

Se ha tomado como referencia el pago del 22% por impuesto a la renta, que es el establecido para el año 2013. El margen de utilidad que dejan las ventas es del 21%.

Cuadro No 40: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	TOTAL
Ventas	\$ 113.960,0	\$ 129.230,6	\$ 146.547,5	\$ 166.184,9	\$ 188.453,7	\$ 213.706,5	\$ 242.343,2	\$ 274.817,1	\$ 1.475.243,6
(Costos Directos)	\$ 45.185,1	\$ 48.598,9	\$ 51.028,9	\$ 53.580,3	\$ 56.259,3	\$ 59.072,3	\$ 62.025,9	\$ 65.127,2	\$ 440.878,0
(Costos Indirectos)	\$ 36.088,8	\$ 39.572,6	\$ 41.551,2	\$ 43.628,8	\$ 45.810,2	\$ 48.100,7	\$ 50.505,7	\$ 70.586,0	\$ 375.844,0
Flujo Operativo	\$ 32.686,1	\$ 41.059,1	\$ 53.967,5	\$ 68.975,8	\$ 86.384,2	\$ 106.533,5	\$ 129.811,5	\$ 139.103,9	\$ 658.521,6
Ingresos no operativos	\$ 95.081	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 95.080,6
Crédito	\$ 67.000,0								\$ 67.000,0
Aporte Propio	\$ 28.080,6								\$ 28.080,6
Egresos no operativos	\$ 114.809	\$ 22.771,4	\$ 27.370,0	\$ 32.876,8	\$ 39.055,7	\$ 46.462,5	\$ 54.699,9	\$ 58.271,8	\$ 396.316,9
Inversiones	\$ 95.080,6	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 95.080,6
<i>Activos</i>	\$ 81.498,9								\$ 81.498,9
<i>Capital de Trabajo</i>	\$ 13.581,8								\$ 13.581,8
Pago de dividendos	\$ 12.847,4	\$ 12.847,4	\$ 12.847,4	\$ 12.847,4	\$ 12.847,4	\$ 12.847,4	\$ 12.847,4	\$ 12.847,4	\$ 102.779,3
Impuestos	\$ 6.880,7	\$ 9.924,0	\$ 14.522,6	\$ 20.029,4	\$ 26.208,3	\$ 33.615,1	\$ 41.852,5	\$ 45.424,4	\$ 198.456,9
Flujo No Operativo	-\$ 19.728,1	-\$ 22.771,4	-\$ 27.370,0	-\$ 32.876,8	-\$ 39.055,7	-\$ 46.462,5	-\$ 54.699,9	-\$ 58.271,8	-\$ 301.236,3
FLUJO NETO	\$ 12.957,9	\$ 18.287,7	\$ 26.597,5	\$ 36.099,1	\$ 47.328,4	\$ 60.071,0	\$ 75.111,6	\$ 80.832,1	\$ 357.285,3
Flujo Acumulado	\$ 12.957,9	\$ 31.245,7	\$ 57.843,1	\$ 93.942,2	\$ 141.270,6	\$ 201.341,6	\$ 276.453,2	\$ 357.285,3	

Elaboración propia: Julio Alcívar

Los flujos anuales serán tomados en cuenta para el posterior análisis de indicadores financieros, por lo tanto el hecho de tener valores positivos desde el primer año es un factor sumamente importante.

Se acumulan valores que alcanzan los \$ 357.283,3 ya cancelados el capital del financiamiento bancario.

Cuadro No 41: Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO								
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8
Activos corrientes	\$ 26.539,7	\$ 44.827,4	\$ 71.424,9	\$ 107.524,0	\$ 154.852,4	\$ 214.923,4	\$ 290.035,0	\$ 370.867,1
Caja - Bancos	\$ 12.957,9	\$ 31.245,7	\$ 57.843,1	\$ 93.942,2	\$ 141.270,6	\$ 201.341,6	\$ 276.453,2	\$ 357.285,3
Capital de Trabajo	\$ 13.581,8	\$ 13.581,8	\$ 13.581,8	\$ 13.581,8	\$ 13.581,8	\$ 13.581,8	\$ 13.581,8	\$ 13.581,8
Activos fijos netos	\$ 73.495,5	\$ 69.442,0	\$ 65.388,6	\$ 61.840,8	\$ 58.293,0	\$ 54.745,2	\$ 51.197,4	\$ 47.649,6
Activos fijos	\$ 77.548,9	\$ 77.548,9	\$ 77.548,9	\$ 77.548,9	\$ 77.548,9	\$ 77.548,9	\$ 77.548,9	\$ 77.548,9
(Depreciación acumulada)	-\$ 4.053,4	-\$ 8.106,9	-\$ 12.160,3	-\$ 15.708,1	-\$ 19.255,9	-\$ 22.803,7	-\$ 26.351,5	-\$ 29.899,3
Activos intangibles netos	\$ 3.160,0	\$ 2.370,0	\$ 1.580,0	\$ 790,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0	\$ 0,0
Activos fijos	\$ 3.950,0	\$ 3.950,0	\$ 3.950,0	\$ 3.950,0	\$ 3.950,0	\$ 3.950,0	\$ 3.950,0	\$ 3.950,0
(Amortización acumulada)	-\$ 790,0	-\$ 1.580,0	-\$ 2.370,0	-\$ 3.160,0	-\$ 3.950,0	-\$ 3.950,0	-\$ 3.950,0	-\$ 3.950,0
TOTAL ACTIVOS	\$ 103.195,2	\$ 116.639,4	\$ 138.393,5	\$ 170.154,8	\$ 213.145,4	\$ 269.668,6	\$ 341.232,4	\$ 418.516,7
Pasivos	\$ 61.577,7	\$ 55.497,9	\$ 48.680,8	\$ 41.037,1	\$ 32.466,6	\$ 22.856,8	\$ 12.081,7	\$ 0,0
Patrimonio	\$ 41.617,5	\$ 61.141,6	\$ 89.712,7	\$ 129.117,6	\$ 180.678,8	\$ 246.811,8	\$ 329.150,7	\$ 418.516,7
Aporte futura capitalización	\$ 28.080,6	\$ 28.080,6	\$ 28.080,6	\$ 28.080,6	\$ 28.080,6	\$ 28.080,6	\$ 28.080,6	\$ 28.080,6
Utilidad del ejercicio	\$ 13.536,8	\$ 19.524,1	\$ 28.571,1	\$ 39.404,9	\$ 51.561,2	\$ 66.133,0	\$ 82.338,9	\$ 89.366,0
Utilidades retenidas	\$ 0,0	\$ 13.536,8	\$ 33.060,9	\$ 61.632,0	\$ 101.037,0	\$ 152.598,2	\$ 218.731,2	\$ 301.070,0
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 103.195,2	\$ 116.639,4	\$ 138.393,5	\$ 170.154,8	\$ 213.145,4	\$ 269.668,6	\$ 341.232,4	\$ 418.516,7

Elaboración propia: Julio Alcívar

Dentro de los activos corrientes se registra el capital de trabajo que se prestó inicialmente y el flujo de caja acumulado. La depreciación y amortización de activos permiten recuperar \$33.849 en ocho años.

Se ha establecido como política de accionistas la reinversión de todas las utilidades durante los ochos primeros años, para que el patrimonio se fortalezca y alcance los \$418.516.

5.11 Análisis de Estados Financieros

Cuadro No 42: Índices Financieros

ÍNDICES FINANCIEROS									
	Inversión inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Flujos netos	-\$ 95.080,6	\$ 12.957,9	\$ 18.287,7	\$ 26.597,5	\$ 36.099,1	\$ 47.328,4	\$ 60.071,0	\$ 75.111,6	\$ 80.832,1
Flujos acumulados		\$ 12.957,9	\$ 31.245,7	\$ 57.843,1	\$ 93.942,2	\$ 141.270,6	\$ 201.341,6	\$ 276.453,2	\$ 357.285,3

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 43: Índices Nominales

ÍNDICES NOMINALES			
PAYBACK (Recuperación de la inversión)			
Año de recuperación de la inversión	AÑO	4	
Diferencia con inversión inicial	\$ 95.081	\$ 93.942	\$ 1.138
Flujo mensual promedio año siguiente	\$ 47.328	12	\$ 3.944
Número de meses	\$ 1.138	\$ 3.944	0,3
PAYBACK	4 AÑOS	0 MESES	

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 44: Tasa de Rendimiento Promedio

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO (mayor a la tasa de descuento)	
Sumatoria de flujos	\$ 357.285
Años	8
Inversión inicial	\$ 95.081
TRP	47%

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 45: Índices Descontados

ÍNDICES DESCONTADOS	
Suma de flujos descontados	\$ 196.493,68
Valor actual neto	\$ 101.413
Índice de rentabilidad	2,07
Rendimiento real	107%
Tasa interna retorno	29%

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 46: Ratios-Riesgo-Razones Financieras

RATIOS - RIESGO - RAZONES FINANCIERAS		
Punto de equilibrio	en \$	\$ 63.424
	en %	49,1%
Valor agregado sobre ventas		41,7%
Índice de empleo		67,4%
Índice de Liquidez		2,33
Riesgo de iliquidez		62,1%
Margen neto de utilidad		26,4%
Rotación de activos		3,6
Dupont		93,9%

Elaboración propia: Julio Alcívar

5.12 EVALUACIÓN

La inversión se recupera en los primeros cuatro años del proyecto, a partir del sexto año toda la utilidad servirá para incrementar la rentabilidad del museo.

El valor actual neto será de \$101.413 lo que permite tener una rentabilidad real del 107%. La tasa interna de retorno proyectada es de 29%, superior a la tasa de descuento. Estos índices confirman la factibilidad financiera del proyecto, porque su rentabilidad es superior a los mecanismos de inversión tradicionales.

El punto de equilibrio en ventas para poder pagar los costos operativos del proyecto es de \$63.424, que representa el 49% de las ventas proyectadas en el primer año.

El riesgo de iliquidez es bastante alto, 62,1% pero se justifica con la gran rentabilidad esperada.

El nivel de eficiencia, medido con el Dupont es casi perfecto con un 93,9%. El análisis de costo unitario permite reconocer el margen que se tendrá con la venta de cada pieza o entrada al museo. Descontando los costos y gastos de depreciación y financieros, tenemos un margen de contribución del 17,9% por cada venta que se realice.

5.13 Análisis de Sensibilidad

Cuadro No 47: Análisis Costo Unitario

ANÁLISIS COSTO UNITARIO											
DESCRIPCION	Entradas	Souvenires A	Souvenires B	Collar cáscara de	Remero en tagua	Silla Huancavilca	Mesa madera wachapelí	Guerrero Jama - Coaque	Shamán Jama - Coaque	Tótem	Total
Costos Directos	5.947	1.427	3.568	2.284	3.568	3.172	5.710	4.282	5.710	9.516	45.185
Costos Indirectos	4.750	1.140	2.850	1.824	2.850	2.533	4.560	3.420	4.560	7.600	36.089
Depreciación	638	153	383	245	383	340	612	459	612	1.020	4.843
Gastos Financieros	1.021	245	613	392	613	545	980	735	980	1.634	7.758
Costo Total	12.356	2.966	7.414	4.745	7.414	6.590	11.862	8.897	11.862	19.770	93.875
Unidades Anuales	6.000	2.400	1.800	720	600	16	18	24	24	12	11.614
Ventas Anuales	15.000	3.600	9.000	5.760	9.000	8.000	14.400	10.800	14.400	24.000	113.960
% Participación	13%	3%	8%	5%	8%	7%	13%	9%	13%	21%	100%
Costo Unitario	2,06	1,24	4,12	6,59	12,36	411,88	659,00	370,69	494,25	1.647,51	8,08
Precio de Venta	2.50	1.50	5.00	8.00	15.00	500.00	800.00	450.00	600.00	2.000.00	
Utilidad Unitaria	0.44	0.26	0.88	1.41	2.64	88.12	141.00	79.31	105.75	352.49	
Margen Unitario	17,6%	17,6%	17,6%	17,6%	17,6%	17,6%	17,6%	17,6%	17,6%	17,6%	

Elaboración propia: Julio Alcivar

Cuadro No 48: Análisis costo unitario 2

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD										
DESCRIPCION	Entradas	Souvenires A	Souvenires B	Collar cáscara de	Remero en tagua	Silla Huancavilca	Mesa madera wachapelí	Guerrero Jama - Coaque	Shamán Jama - Coaque	Tótem
PRECIO (P)	\$ 2,50	\$ 1,50	\$ 5,00	\$ 8,00	\$ 15,00	\$ 500,00	\$ 800,00	\$ 450,00	\$ 600,00	\$ 2.000,00
UNIDADES (Q)	6.000	2.400	1.800	720	600	16	18	24	24	12
CUV	\$ 1,0	\$ 0,6	\$ 2,0	\$ 3,2	\$ 5,9	\$ 198,2	\$ 317,2	\$ 178,4	\$ 237,9	\$ 793,0
COSTO FIJO	\$ 4.750	\$ 1.140	\$ 2.850	\$ 1.824	\$ 2.850	\$ 2.533	\$ 4.560	\$ 3.420	\$ 4.560	\$ 7.600
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 4.302	\$ 1.033	\$ 2.581	\$ 1.652	\$ 2.581	\$ 2.295	\$ 4.130	\$ 3.098	\$ 4.130	\$ 6.884

Elaboración propia: Julio Alcivar

Cuadro No 49: Escenario Incremento sobre costo directos e indirectos

ESCENARIO. Incremento del 15% sobre el costo directo y del 10% en el costo indirecto

ANALISIS DE SENSIBILIDAD										
DESCRIPCION	Entradas	Souvenires A	Souvenires B	Collar cáscara de	Remero en tagua	Silla Huancavilca	Mesa madera wachapelí	Guerrero Jama - Coaque	Shamán Jama - Coaque	Tótem
PRECIO TOTAL (P)	\$ 2,50	\$ 1,50	\$ 5,00	\$ 8,00	\$ 15,00	\$ 500,00	\$ 800,00	\$ 450,00	\$ 600,00	\$ 2.000,00
UNIDADES (Q)	6.000	2.400	1.800	720	600	16	18	24	24	12
CUV	\$ 1,1	\$ 0,7	\$ 2,3	\$ 3,6	\$ 6,8	\$ 228,0	\$ 364,8	\$ 205,2	\$ 273,6	\$ 911,9
COSTO FIJO	\$ 5.225	\$ 1.254	\$ 3.135	\$ 2.006	\$ 3.135	\$ 2.787	\$ 5.016	\$ 3.762	\$ 5.016	\$ 8.360
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 2.935	\$ 704	\$ 1.761	\$ 1.127	\$ 1.761	\$ 1.565	\$ 2.818	\$ 2.113	\$ 2.818	\$ 4.696
	-32%	-32%	-32%	-32%	-32%	-32%	-32%	-32%	-32%	-32%

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 50: Volumen de producción

¿Qué volumen de producción se deberá alcanzar para mantener la utilidad operativa proyectada, frente a los cambios propuestos en el escenario 1?

DESCRIPCION	Entradas	Souvenires A	Souvenires B	Collar cáscara de	Remero en tagua	Silla Huancavilca	Mesa madera wachapelí	Guerrero Jama - Coaque	Shamán Jama - Coaque	Tótem
UNIDADES (Q)	7.005	2.802	2.102	841	701	19	21	28	28	14
	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%	17%

Elaboración propia: Julio Alcívar

Cuadro No 51: Precio de venta para mantener utilidad operativa

¿Qué precio de venta se deberá fijar para mantener constante la utilidad operativa proyectada, frente a los cambios propuestos en el escenario 1?

DESCRIPCION	Entradas	Souvenires A	Souvenires B	Collar cáscara de	Remero en tagua	Silla Huancavilca	Mesa madera wachapelí	Guerrero Jama - Coaque	Shamán Jama - Coaque	Tótem
PRECIO (P)	\$ 2,73	\$ 1,64	\$ 5,46	\$ 8,73	\$ 16,37	\$ 545,57	\$ 872,91	\$ 491,01	\$ 654,69	\$ 2.182,29
	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%	9%

Elaboración propia: Julio Alcívar

Para determinar en qué proporción se verá afectada la utilidad operativa proyectada ante un alza de costos, se realizó un análisis de sensibilidad que presenta un escenario en el que los costos directos aumenten en un 15% y los fijos en 9%.

El resultado es que la utilidad bajaría 32% de lo proyectado. La solución propuesta sería aumentar en un 9% el precio de venta y con eso se mantiene dicha utilidad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Se evidencia que los moradores de la comunidad de Jama han perdido gran parte de su legado cultural al no intentar fortalecer y darlo a conocer a la actual generación. Se puede apreciar que las culturas extrañas a la comunidad, modismos y la migración en un alto porcentaje han influenciado mucho en el deterioro de la pérdida cultural de este sector.

Por otra parte, la falta de conocimiento adecuado afecta de manera gradual la forma de vida de la comunidad, en el desarrollo de la actividad turística por no existir la apreciación del turismo sustentable. Los gobiernos de turno deberían prestar más atención a las comunidades con valor cultural el cual nos identifica como tal en un país multicultural y multiétnico.

Recomendaciones

Ofertar capacitaciones y talleres en donde se trabaje temas relacionados al fortalecimiento cultural, haciendo hincapié en los aspectos más relevantes de su cultura y cuidado del medio ambiente.

Realizar gestiones con los gobiernos competentes para desarrollar proyectos vinculados a las actividades turísticas tomando en cuenta la sustentabilidad y manejo adecuado del entorno natural y cultural y así fomentar mayor ingresos a la población y promover más fuentes de trabajo.

Que el Municipio del Cantón Pueblo Viejo elabore planes de acción para lograr una mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

Bibliografía y otras reproducciones científicas citadas.

- GUISÁN, M., Rodríguez, C., Antón, X. (2006). *La industria y el turismo en el crecimiento regional*. España. Editorial AEEADE.
- Banco Central de Ecuador (2005), *Las sociedades originarias del Ecuador: Período de Desarrollo regional y período de Integración*. Volumen 2 (pp 18-54). Quito. Editorial Ecuador F.B.T. Cía. Ltda.
- Sancho, A. (2010). *Introducción al turismo*. [Lectura en línea]. Recuperado de [http://snap3.uas.mx/RECURSO1/libroselectronicos/turismo/Introduccion al turismo.pdf](http://snap3.uas.mx/RECURSO1/libroselectronicos/turismo/Introduccion%20al%20turismo.pdf)
- Rodríguez, M. (2009, 11 de Mayo). *Turismo y calidad de vida: Definición del turismo*. Emagister. Recuperado de <http://www.emagister.com/curso-turismo-calidad-vida/definicion-turismo>
- Gómez, A. Mondéjar, J. & Sevilla, C. (2005), *Gestión turismo cultural y de ciudad: Definición del turismo cultural*. Primera edición (pp 29-32). La Mancha. Editorial Universidad de Castilla.
- Santana, A.(2003,Octubre). *Horizontes Antropológicos: Turismo cultural, culturas turísticas*,9(20),31-57.[Lectura en línea]Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/ha/v9n20/v9n20a02.pdf>
- ICOM. (2007). *Definición de Museo*. Recuperado Septiembre 5, 2012, de <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/>
- Portal de Museos de Andalucía. (2011, Marzo 11).*Museos Etnográficos*. Recuperado Septiembre 5, 2012, de <http://sierradelcastillo.blogspot.com/2011/03/que-es-un-museo-etnografico.html>
- Ponce Sánchez, M. (2009). *Desarrollo Rural En Destinos Turísticos De Interior. El Caso De Finca Hacienda Los Granadicos En Moratalla*. [Tesis doctoral], Universidad de Murcia]. Cuadernillos De Turismo. [24](#). 206. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3110458>

Real Academia Española. (2011). Definición de museología y museografía. Recuperado Septiembre 4, 2012 de

<http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000035.nsf/voTodosporId/BEBC3A8F453A206FC1257A230025DB67?OpenDocument&i=9>

García, P. (2012). *El patrimonio cultural. Conceptos básicos*. Primera edición. Definición de Patrimonio Cultural. (pp 13-27). Zaragoza. Editorial UNE.

Espinoza, M. (2000). *Los mestizos ecuatorianos y las señas de identidad cultural*. Tercera Edición. Hacia una teoría sobre la identidad cultural de los mestizos ecuatorianos. (pp 9-18). Quito. Editorial Trama Social.

Gúber, R. (2001). *La etnografía método, campo y reflexividad*. En L. de Sociocultura y comunicación (Ed.), Una breve historia del trabajo de campo etnográfico (pp. 23-39). Bogotá. Editorial Norma.

Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2011). *Definición de Turismo comunitario*. [Lectura en línea]. Recuperado Septiembre 5, 2012, de <http://www.feptce.org/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2010). Proyección de población por edades y provincias. Recuperado Septiembre 5, 2012 de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Francés, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa: Con el cuadro de mando integral*. Primera edición (pp 167-169). México Editorial Pearson Educación de México.

Alonso, G. (2008). *Marketing de Servicios: Reinterpretando la Cadena de Valor*. Recuperado de http://www.palermo.edu/economicas/cbrs/pdf/marketing_servicios.pdf

Servicio de Rentas Internas SRI. (2012). Tasa de Impuesto a la Renta sociedades 2012-2013. Recuperado Octubre 10, 2012 de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>.

Corporación Financiera Nacional CFN (2012). Tasas de Depreciación y Amortización vigentes: *Tablas de porcentajes y años de vida útil por bien*. Recuperado Octubre 10, 2012 de <http://www.cfn.fin.ec/>

ANEXOS

Anexo A

Formato de Encuesta dirigido a los habitantes de Jama

1.- ¿Considera a Jama como cantón turístico?

Si No

2.- ¿Cree Ud. que el valor histórico del cantón es un importante factor de desarrollo de la actividad turística?

Si No

3.- ¿Cree Ud. que la creación de un museo etnográfico fortalecerá la riqueza histórica del Cantón Jama?

Si No

4. ¿Considera Ud. que la implementación de un museo etnográfico en el hotel Punta Prieta incrementará el turismo cultural en el Cantón Jama provincia de Manabí?

Si No

5.- ¿Estaría Ud. dispuesto a trabajar con el fortalecimiento de este proyecto?

Sí No

Anexo B

Formato de Encuesta dirigido a los visitantes de la provincia de Manabí.

DATOS: Edad: 18-25----- 26-35----- 36-45----- 46-55----- 56 en adelante
 Género: Masculino----- Femenino-----
 Instrucción: Primarias----- Secundaria----- Superior-----

1. ¿ Qué tipo de turismo realiza en sus viajes?
 - Observación de Flora y fauna.
 - Culturales, Arqueológicos.
 - Gastronomía
 - Diversión
 - Otros Cuál?

2. ¿ Visita frecuentemente museos en sus viajes de turismo?
 - Sí
 - No

3. ¿Ha visitado la localidad de Jama en la provincia de Manabí?
 - Sí
 - No

4. ¿ En qué mes del año visitaría Jama con fines turísticos?

Enero	Junio.....
Febrero.....	Julio.....
Marzo.....	Agosto.....
Abril.....	Septiembre.....
Mayo.....	Noviembre.....
Junio.....	Diciembre.....

5. Cuando realiza sus viajes, lo hace...
 - Solo
 - Acompañado Cuántos Acompañantes?
.....

6. ¿ Le gustaría visitar un museo en el Cantón Jama?
 - Sí.....
 - No.....

7. ¿Qué tipo de Museo le gustaría visitar?
 - Museo de Arte
 - Museo de Histórico Natural
 - Museo de Etnográfico

- Museo Histórico
- Museo de las Ciencias y las Técnicas
- Museo de Comercio y las Comunicaciones
- Museo de Agricultura.

8. Señale de menor a mayor según su interés el orden de importancia, donde 1 es la menor evaluación y 5 la más alta.

- Restos Arqueológicos.
- Cronología Histórica.
- Alfarería, pintura y escultura.
- Obras o sketches teatrales.
- Representación de rituales.
- Proyecciones audiovisuales
- Souvenires

9. ¿ A través de qué medios quisiera usted conocer sobre la oferta turística del Cantón Jama?

- Agencia de viajes
- Operadora de turismo
- Internet
- Cuenta propia
- Prensa escrita
- Radio
- Tv
- Otros
- Cuáles?.....
-

10. ¿Suele comprar artesanías en sus viajes de turismo?

Sí.....
No.....

11. ¿ Le gustaría comprar artesanías con diseños precolombinos?

Sí.....
No.....

12. ¿Cuánto estaría Ud. dispuesto a cancelar por ingresar a un Museo?

\$ 1..... \$3..... \$5.....
\$2..... \$4.....

Anexo C

Formato de entrevista dirigida al Asistente de la Municipalidad de la comunidad de Jama.

DATOS:Nombre:

Cargo:

Edad: 18-25----- 26-35 X 36-45----- 46-55----- 56 en adelante

Instrucción: Primaria----- Secundaria-----Superior.....

PREGUNTA 1. ¿Cuál es la situación actual del turismo en la provincia de Manabí?

PREGUNTA 2. ¿Cuál es la misión y los principales objetivos de la institución que usted representa en relación al desarrollo turístico de Jama?

PREGUNTA 3. ¿Cuál es su percepción respecto al desarrollo del turismo cultural en Jama?

PREGUNTA 4. ¿Considera Ud. que la implementación de un museo en el hotel Punta Prieta incrementará el turismo cultural en el Cantón Jama provincia de Manabí?

PREGUNTA 5. ¿De qué manera podría contribuir la institución a la cual usted representa con el proyecto de este museo?

Anexo D

Formato de entrevista dirigida al Jefe de Turismo de la comunidad de Jama.

DATOS : Nombre:

Cargo:

Edad: 18-25----- 26-35 X 36-45----- 46-55----- 56 en adelante

Instrucción: Primaria----- Secundaria----- Superior

PREGUNTA 1. ¿Considera usted que se ha incrementado la afluencia de turistas en el cantón Jama?

PREGUNTA 2. ¿Piensa Ud. que existe suficiente Promoción y Publicidad de los atractivos naturales y culturales que posee el cantón Jama?

PREGUNTA 3. ¿Considera Ud. que la oferta cultural proyecta una importante capacidad de atracción para el desarrollo de la actividad turística?

PREGUNTA 4. ¿Cuál es su percepción respecto al desarrollo del turismo cultural en Jama?

5. ¿Considera Ud. que la implementación de un museo etnográfico en el hotel Punta Prieta incrementará el turismo cultural en el Cantón Jama provincia de Manabí?

Anexo E

Artesanías a elaborar dentro del proyecto.



Samán Jama-Coaque



Cacique Jama-Coaque



Guerrero Jama-Coaque



Tótem



Venus Jama-Coaque



Souvenir Jama-Coaque



Silla Huancavilca



Juego de Comedor



Tótem



Modelos de artesanías



Entrada del Hotel



Punta Prieta Guest House



De izq. a derecha Ricardo Alcívar Escultor y accionista del proyecto, Alonso Tacupai dueño del Punta Prieta Guest House y segundo accionista dentro del proyecto, Julio Alcívar promotor del proyecto y tercer accionista.



Terreno del Punta Prieta Guest House en el cual se edificará el proyecto



Vista panorámica desde el Mirador del Punta Prieta Guest House