



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFIA Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

ESCUELA DE TURISMO

“FESTIVAL DE ARTESANÍAS DE AMÉRICA COMO PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA
CIUDAD DE CUENCA”

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciada en Turismo

DANIELA CORDERO SERRANO

DIRECTOR: MÁSTER RONAL CHACA ESPINOZA.

CUENCA, ECUADOR 2016

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi Familia, porque son la razón que me impulsa a cumplir cada uno de mis propósitos, con cariño para ellos.

AGRADECIMIENTOS

Mi gratitud y reconocimiento para:

A la Universidad del Azuay, por todos los conocimientos impartidos.

A mi Director de tesis Máster Ronald Chaca, quien ha sido un apoyo impulsándome y guiándome en todo este proceso.

A mis compañeros del CIDAP, por su apoyo incondicional.

RESUMEN

Viajar es una forma de educación al aire libre, es un medio de expandir nuestra visión y conocimiento del mundo.

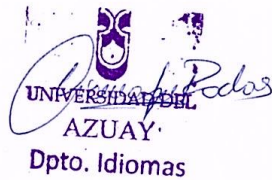
Sin duda, la situación actual de la artesanía como un potencial turístico , en la ciudad de Cuenca, siendo una necesidad el posicionar a la artesanía como un producto mediante un Festival, que ofrece al turismo local, nacional e internacional esparcimiento cultural y a un nuevo componente económico que es el resultado del turismo de compras.

Este trabajo se encuentra dividido en cuatro capítulos, el primer capítulo se trata del Marco Teórico y Jurídico, donde menciona el Turismo en el Ecuador, Turismo Artesanal, Turismo como estrategia de desarrollo local, y Marco Jurídico aplicado al sector artesanal. El segundo capítulo consta el diagnostico del CIDAP como institución cultura. Tercer capítulo se refiere al Diseño del producto Festival de Artesanías de América con perspectiva Turística. Cuarto capítulo muestra la propuesta de promoción para el Festival de Artesanías de América en donde podrá encontrar la parte de marketing mix y el plan de autogestión.

ABSTRACT

Travelling is a form of outdoor education; it is a means of expanding our vision and knowledge of the world.

Undoubtedly, the current situation of handicrafts as a tourist potential in the city of Cuenca, requires the positioning of crafts as a product through implementing a Festival that offers local, national and international tourists, cultural leisure as well as a new economic component, which is shopping tourism. This work is divided into four chapters; the first chapter deals with the theoretical and legal framework, where tourism in Ecuador, Handicraft Tourism, Tourism as a strategy for local development, as well as the legal framework applied to the artisanal sector are mentioned. The second chapter presents the diagnosis of CIDAP as a culture institution. The third chapter refers to the design of the Festival for the Crafts of America as a product with Tourist perspective. Chapter four shows the proposal for the promotion of the Festival for the Crafts of America, where the marketing mix and self-management plan are included.



Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

INDICE DE CONTENIDOS

Contenido

Carátula.....	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
RESUMEN	IV
ABSTRACT.....	V
INDICE DE CONTENIDOS	1
INDICE DE ILUSTRACIONES	3
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1.....	7
1. Marco Teórico y Jurídico.....	7
1.1 El Turismo en el Ecuador	7
1.2 Turismo Artesanal.	14
1.3 Turismo como Estrategia de Desarrollo Local.	27
1.4 Marco Jurídico Aplicado Al Sector Artesanal	28
CAPÍTULO 2.....	37
2. Diagnostico Del CIDAP Como Institución Cultural	37
2.1. Análisis Histórico Del CIDAP Como Institución.....	37

2.2 Diagnóstico Actual del Festival de Artesanías de América	49
CAPÍTULO 3	58
3. Diseño Del Producto Festival De Artesanías De América Con Perspectiva Turística.	58
3. 1 Análisis de Cuenca como destino turístico.	58
3.2 Análisis del mercado turístico.....	63
3.3 Diseño del producto turístico	69
CAPÍTULO 4.....	94
4. Propuesta De Promoción Para El Festival De Artesanías De América	94
4.1 Plan de promoción turístico.	94
4.2 Desarrollo de alianzas estratégicas a nivel público y privado.	107
CONCLUSIONES	116
BIBLIOGRAFÍA	117
ANEXOS	118
Diseño de Tesis Aprobada	118

INDICE DE ILUSTRACIONES

Imagen 1. Cerámica.....	
Imagen 2. Alfarería.....	
Imagen 3. Vela maceta.....	
Imagen 4. Vela personajes.....	
Imagen 5. Dulces de corpus.....	
Imagen 6. Chal de cuero.....	
Imagen 7. Carteras de cuero.....	
Imagen 8. Bisutería con plumas.....	
Imagen 9. Servilleteros en tagua.....	
Imagen 10. Mate burilado.....	
Imagen 11. Mortero en piedra.....	
Imagen 12. Nacimiento en masapán.....	
Imagen 13. Aplique de pared.....	
Imagen 14. Chapas en forja.....	
Imagen 15. Joyería.....	
Imagen 16. Platonos en vitrofusión.....	
Imagen 17. Diablo huma en sublimado.....	
Imagen 18. Batea y cuchara.....	
Imagen 19. Castillo pirotécnico.....	
Imagen 20. Servilletas bordadas.....	
Imagen 21. Poncho en ikat.....	
Imagen 22. Individuales en totora.....	

Imagen 23. Sombrero de hombre en paja toquilla.....	
Imagen 24. Mapa Técnicas Artesanales Tradicionales.....	
Imagen 25. Ciclo de vida del producto.....	
Imagen 26. Mapa Recinto Ferial.....	
Imagen 27. Tríptico Ciclo Internacional de Cine.....	
Imagen 28. Folleto Ciclo Internacional de Cine.....	
Imagen 29. Valla publicitaria Festival.....	
Imagen 30. Hoja Volante Festival.....	
Imagen 31. Credenciales artesanos participantes del Festival.....	
Imagen 32. Lona identitaria de cada stand.....	
Imagen 33. Fotografías Impresas para stands de pueblos originarios.....	
Imagen 34. Backing.....	
Imagen 35. Afiche del Festival.....	
Imagen 36. Pasacalle.....	
Imagen 37. Portón de ingreso y de salida.....	
Imagen 38. Salvoconductos.....	
Imagen 39. Lona Pabellón Internacional.....	
Imagen 40. Pantallas LED en aeropuertos.....	
Imagen 41. Cuñas radiales y ruedas de prensa.....	
Imagen 42. Patrimonio Vivo 1.....	
Imagen 43. Patrimonio Vivo 2.....	
Imagen 44. Patrimonio Vivo 3.....	
Imagen 45. Patrimonio Vivo 4.....	

Tabla 1. FODA Cruzado.....
Tabla 2. Comportamiento del Turismo a nivel Local.....
Tabla 3. Flujo de turistas el último quinquenio.....
Tabla 4. Establecimientos turísticos registrados.....
Tabla 5. Figura Entrada de Extranjeros según principales mercados turísticos.....
Tabla 6. Entrada de extranjeros por motivo de viaje según grupos de ocupación.....
Tabla 7. Entrada de extranjeros al Ecuador según sexo.....
Tabla 8. Entrada de extranjeros al Ecuador por grupos de edad.....
Tabla 9. Tráfico aéreo doméstico regular pasajeros por rutas y meses.....
Tabla 10. Criterios de selección artesanos al Festival.....
Tabla 11. Festival de Artesanías de América 2016 presupuesto.....
Tabla 12. Financiamiento institucional para el Festival de Artesanías de América.....
Tabla 13. Cronograma de llamadas y citas con empresas para patrocinio.....
Gráfico 1. Postulaciones Festival de Artesanías de América 2016 por ramas artesanales.....
Gráfico 2. Postulaciones Festival de Artesanías de América 2016 por provincias.....
Gráfico 3. Postulaciones Festival de Artesanías de América 2016 por Género.....
Gráfico 4. Festival de Artesanías de América 2016 presupuesto.....

INTRODUCCIÓN

El turismo favorece el contacto del hombre con la naturaleza y con las culturas, promueve la valorización de los recursos ambientales y presenta las bellezas de la creación como una herencia común de toda la familia humana. Juan Pablo II.

El “Festival de Artesanías de América como Producto Turístico para la Ciudad de Cuenca” es el mayor evento de artesanías de excelencia del Ecuador, que acoge a artesanos del país y a nivel internacional; con el fin de resaltar su creatividad, ingenio y habilidad, abriendo canales de comercialización directa y a la vez fomentando un espacio de turismo para la ciudad.

Cuenca al ser un destino turístico de renombre requiere de estos espacios apropiados para que el turista pueda deleitarse de manifestaciones culturales y a su vez tener facilidad de comprar productos artesanales de excelencia, siendo la muestra viviente de la cultura ecuatoriana.

Por lo tanto al presentar al Festival como destino turístico de índole cultural, se estaría hablando de un nuevo componente económico que es el resultado de negocios ligado a compras.

A continuación se presentará un estudio de mercado en donde se indicará porque se ha escogido este tipo de producto turístico, además del segmento de mercado. Se presentará adicionalmente un plan de promoción y de gestión para la obtención de recursos económicos.

CAPÍTULO 1

1. Marco Teórico y Jurídico

1.1 El Turismo en el Ecuador

Se entiende por turismo como el desplazamiento voluntario y temporal de personas o grupos de personas, que se trasladan de su lugar de residencia a otro lugar en el cual no ejercen ninguna actividad remunerada, los motivos para realizar sus viajes pueden ser varios como: descanso, recreación, cultura, salud, compras.

Según la Organización Mundial del Turismo, “el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (como mínimo una noche de estadía y máximo 365), por ocio, negocios u otros motivos”.¹

El turismo nace en el siglo XIX, como consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención es el descanso, el ocio, la salud, la cultura, negocios o relaciones familiares. Estos desplazamientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquistas, comercio entre otros. Entre los años 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico a nivel mundial, creciendo de una manera amplia como nunca antes se había expandido y con estos antecedentes se empieza a legislar sobre el sector.

¹Unwtotechnical manual: Collection of tourism Expenditure Statistics. World Organization. 1995.p.10

El Ecuador, por sus innumerables atractivos, sus bellezas naturales, su cultura y el clima muy agradable y diverso se ha constituido para los turistas en un destino atractivo.

Con el Gobierno del Presidente Galo Plaza Lasso (1948-1952) fue quien visualizó el panorama del Turismo en el Ecuador y se empezó a pensar en la posibilidad de traer turistas al país de una manera organizada, planificada y profesional dándose así que la primera promoción oficial de turismo, este concepto llevó a que en la década de los 40, se realizaran los primeros esfuerzos por conceder al país con la primera aerolínea doméstica SEDTA (Servicios Ecuatorianos de Transportación Aérea) de origen alemán, cuyos servicios se vieron interrumpidos por la segunda guerra mundial.

Varias revistas y periódicos de Estados Unidos y Europa motiva a muchos agentes de viajes a realizar excursiones hacia nuestro país, La periodista Jane Dolinger describe nuestro país como un lugar colmado de paisajes maravillosos, con una diversidad de creencias, y costumbres, de gente amable, un país multicolor y mega diverso.

“La primera empresa en realizar vuelos entre Quito, Loja, Cuenca, Guayaquil, Manta y Esmeraldas fue la aerolínea PANAGRA promociona el “Circuito Interamericano de Panagra” inicio promocionando un paquete turístico de 21 días por Sudamérica, logrando incluir al Ecuador dentro de este. PANAGRA a través de experiencia y formación, impulsa la idea a ciertos empresarios hacia la creación de la primera agencia de viajes en

el Ecuador, llamada Ecuadorian Tours en 1947²”, Metropolitan Touring con Eduardo Proaño quien desarrolla paquetes turísticos a las Islas Galápagos, así como HollbrookTravel de Johana Hollbrook que promociona el Ecuador en general. En la presidencia de Galo Plaza nace la primera oficina de Turismo adscrita a la Presidencia de la República, tuvo a cargo la realización de la primera “caravana” por Estados Unidos llevando folletos y promocionando las artesanías de varios pueblos indígenas, alcanzando una gran aceptación.

En 1958 el Gobierno ante la necesidad de contar con un organismo oficial donde promocióne y coordine las actividades turísticas, nace la Dirección General de Turismo DITURIS, como una dependencia del Ministerio de Fomento. En 1964 se expide una nueva Ley de Fomento Turístico, y se crea la Corporación Ecuatoriana de Turismo CETURIS, como organismo adscrito al Ministerio de Industrias y Comercio.

Entre 1969-1970 durante la presidencia de José María Velasco, se diseña el primer plan en materia turístico, al que se conoce como “Plan Inmediato de Fomento Turístico”³

Con el desarrollo de los medios de transporte en la década de los ochentas, el abaratamiento de los precios en actividades turísticas demuestra un crecimiento del turismo ecuatoriano impulsando la creación de FEPROTUR por parte de la empresa

² ECHEVERRIA, Ana y Lbando, María; “Plan de negocios para la creación de una agencia de viajes IATA en la ciudad de Quito”, EPN; 2007

³ NOVOA Viñan, Patricio. Lucha de sentidos en torno a la naturaleza y la cultura: representaciones desde el turismo comunitario. Quito, 2011, 349 p. pág. 182.

privada y de DITURIS como órgano controlador de los precios y de las políticas del sector.

En 1986 se desarrolla el “Plan Estratégico de Comercialización de Turismo en el Ecuador” con el apoyo de la AID Agencia Internacional para el Desarrollo de los EEUU- AID, la misma que sugiere algunos aspectos para incrementar el turismo norteamericano en nuestro país. Poniendo énfasis en las regiones del Ecuador, costa sierra, oriente, y región insular, además con buenas técnicas de comercialización especializadas se puede alcanzar mercados como los de Europa, Asia y Australia.

Para este mismo año la Organización Mundial de Turismo, indica que el Ecuador es un destino turístico con suficientes atractivos para atraer la atención de turistas del extranjero.

En 1989 se reemplaza a la Dirección Nacional de Turismo- DITURIS por la Corporación Ecuatoriana de Turismo, CETUR con el fin de que sea el organismo que estará frente al turismo a nivel nacional, abarcando tanto a empresas privadas como empresas públicas.

En el Gobierno del Arq. Sixto Durán Ballén se crea el Ministerio de Información y Turismo con el propósito de impulsar una política de promoción turística a nivel mundial y encaminado hacia el desarrollo económico y social del Ecuador. En 1994 el turismo se empieza a desarrollar a grandes pasos por lo que se decide separar al Ministerio de Turismo del de Información, para fortalecer e impulsar esta actividad.

Con el Gobierno de Jamil Mahuad, el Ministerio de Turismo se fusiona con el de Comercio Exterior, pero luego en el Gobierno de Gustavo Noboa se decide fusionar el Ministerio de Turismo con el Ministerio de Ambiente.

En el año 2000 mediante decreto ejecutivo se designa al Ministerio de Turismo como el único ente encargado de la actividad turística del Ecuador.

En la actualidad el turismo en el Ecuador presenta grandes perspectivas de desarrollo en varios campos de la actividad económica, el turismo es, sin lugar a dudas, un eje fundamental para la reactivación de la economía, la generación de empleos, la inversión local y la extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, carreteras, servicios entre otros.

La variedad de paisajes, de fauna de flora, la diversidad de grupos étnicos , su cultura y tradición , las diferentes posibilidades de realizar la actividad turística, ya sea rural, de aventuras, aviturismo, de negocios, de cultura, de salud; hacen del Ecuador un destino muy atractivo.

En estos últimos años el turismo ecuatoriano ha empezado a desarrollarse a pasos agigantados, para lo cual se ha buscado lineamientos para realizar un turismo sostenible y consiente, para lo cual el Gobierno Nacional han realizado mejoras en los destinos turísticos cuyo objetivo a sido el fortalecimiento del turismo, el Ministerio de Turismo desde el año 2012 ha venido participando e impulsando grandes campañas de Turismo

promocionando al Ecuador en diversos aspectos, participando en diferentes eventos dando como resultados varios reconocimientos como:

Lonely Planet designo al Ecuador en el 4º lugar de su lista como “Mejor en viajes” (precedido por Sri Lanka, Montenegro, Corea del Sur)

Oscar Turismo Mundial 2013, designando a las Islas Galápagos como mejor destino de Sudamérica.

Travel Advisor 2013, califico a Ecuador “Ecuador se prepara para ser el lugar de América Latina al se debe “Ir hacia allá”

Internacional Living, otorgo a Cuenca como el “Paraíso para Jubilados retirados, seguido por Nueva Zelanda, México, Panamá y España.

World Travel Award , galardonó al Ecuador como el “ World s Leading Green Mejor Destino Verde del Mundo” reconocimiento alcanzado 2013 y 2014 consecutivamente.

National Geographic edición diciembre 2012-enero 2013 de la revista Traveler, en su portada declara a Quito como el mejor lugar por descubrir de todo el mundo en el 2013.

Mejor Hotel Verde del mundo 2014, Hotel Finch Bay Galápagos

Revista Outside 2014, reconoce a Cuenca como el Mejor Destino de Aventura 2014, en la entrega de los Travel Awards categoría aventura.

Wider World Project 2014, mejor producto turístico fuera de Europa, Tren Crucero Ecuador.

Son varios los reconocimientos obtenidos por el Ecuador a lo largo de estos últimos años, reconociendo de esta manera el potencial turístico que existe en nuestro país, siendo estos galardones un incentivo para seguir posesionándonos como destino turístico. En el 2014 fue un año de crecimiento para el turismo en el Ecuador, siendo un eje fundamental para el desarrollo socioeconómico del país. Los trabajos conjuntos de todos los sectores tanto públicos y privados han permitido posicionar al sector turístico como la tercera fuente de ingresos no petroleros del país. En el 2014 hasta diciembre, se superó el 1,500.000 viajeros, las estadísticas revelan que las llegadas de visitantes al país fueron mayores en abril, con el 35,60%, y febrero con el 20,10%⁴

Entre los principales mercados emisores registrados desde enero a diciembre de 2014 tenemos a Colombia, Estados Unidos, Perú, Inglaterra, Francia, Alemania, España entre otros. La actividad turística en el Ecuador está en constante crecimiento, el Ministerio de Turismo estima que empresarios turísticos privados tienen previsto realizar una inversión de cerca de USD 2.160 millones en infraestructura hotelera en Ecuador hasta el 2020.

El MINTUR genera estrategias de concentraciones en los principales mercados emisores tales como Norteamérica, Europa, Asia, Mercosur y Países Vecinos, apunta nichos de mercados específicos, como naturaleza, cultura, aventura, entre otros. Campañas publicitarias como All

⁴ <http://www.aldia.ec/index.php/en/travel/travel-tips/25019-resumen-2014-turismo-ecuatoriano-en-su-mejor-momento>

You Need Is Ecuador, “Todo lo que necesitas es Ecuador”, se convirtió en una oportunidad para promocionar la variada oferta turística de las 4 regiones:

Costa, Andes, Amazonía y Galápagos, que se activo simultáneamente en 19 ciudades del mundo, con miras a posicionar al país como destino turístico de clase mundial.

1.2 Turismo Artesanal.

“Actividad turística que se realiza con el fin de descubrir un territorio a través de experiencias artesanales”⁵.

Artesanía: “Entendemos por productos artesanales los producidos por artesanos totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales e incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto terminado. Estos productos son fabricados sin limitación en cuanto a la cantidad y utilizando materias primas provenientes de recursos renovables. La naturaleza especial de los productos artesanales se funda en sus características distintivas las cuales pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, culturales, decorativas, funcionales, simbólicas y significativas desde un punto de vista religioso o social”.⁶

Hoy en día el turista, cada vez se encuentra más interesado en el acercamiento al patrimonio del lugar visitado, tiene como fin a más de conocer las ciudades, se interesa por conocer el valor histórico y artístico, las características de una sociedad, sus manifestaciones culturales, es por

⁵ Dr. Jordi Tresserra, Experto en turismo, España

⁶ Definición adoptada en el simposio UNESCO/CCI “ La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera” (Manila, 6-8 de octubre 1997.)

ello que el interés del turista de conocer y vivir más de cerca el tema artesanal se va incrementando cada vez más.

La artesanía además de ser una importante expresión artística y cultural es un importante recurso para un turismo que aprecia las expresiones populares del arte en diversos materiales, es un producto, ampliamente apetecida por los turistas como recuerdos de sus viajes. El Ecuador es un país rico en la producción de artesanías, esto se da especialmente por la diversidad de sus pueblos artesanales, y por las regiones de nuestro Ecuador.

“La artesanía ecuatoriana se destaca por sus coloridos diseños y creativas formas, que reflejan la riqueza del país, representados en paisajes, personas, animales, creencias y mitos que son plasmados con gran habilidad por los artesanos de todo el país sin distinción de género”.⁷

Los materiales usados en ciertos productos artesanales varían de acuerdo a la región. Dentro de la artesanía existen grandes *Ramas Artesanales* que son divisiones o categorías en las que se engloban los distintos procesos artesanales, los cuales son diversos por su propia naturaleza y factibles de agrupar de acuerdo al tipo de material empleado en la confección de los productos artesanales.

Cada rama artesanal utiliza variadas técnicas dentro de la producción que incluyen métodos, procesos y procedimientos que integran el saber-hacer ancestral y las innovaciones técnicas y tecnológicas que se incorporan a las artesanías a lo largo del tiempo.

⁷Cuvi, Pablo “ Artesanías del Ecuador”, Editorial Dinediciones, segunda edición 2000, Quito

Generalmente los procesos productivos se realizan en talleres familiares o en talleres con operarios, y se utilizan básicamente materias primas provenientes de recursos naturales locales, pudiendo usarse también materias primas industriales.

Descripción de las Ramas artesanales

1. Alfarería y Cerámica

Productos elaborados con barro o arcilla, cocidos en hornos, mediante el empleo de variadas técnicas.

Productos: vajillas, jarros, macetas, ollas, floreros, platones, cántaros, mulos, cazuelas, esculturas diversas, juguetes, instrumentos musicales, murales, máscaras.

Materiales: barro, arcilla, caolín, esmaltes, pigmentos, fritas, pan de oro, barniz, feldespatos, engobes.

Técnicas: Torneado, vaciado, moldeado, modelado, golpeado, acordelado, esmaltado, bruñido, vidriado, rakú.



Fuente. CIDAP, 2014

Imagen 1. Cerámica.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 2. Alfarería.

2. Cerería

Artesanías en cera a base de la parafina.

Productos: cirios y velas ceremoniales y decorativas.

Materiales: parafina, colorantes, hilo de algodón (mechas o pabilo).

Técnica: modelado, moldeado, vaciado.



Fuente. CIDAP, 2016.

Imagen 3. Vela maceta.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 4. Vela personajes. 1

3. Confitería

Forma parte de la cultura popular intangible.

Productos: básicamente dulces y demás platillos propios de festividades generalmente religiosas.

Materiales: harina, azúcar, huevos, colorantes naturales.

Técnica: modelado, moldeado.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 5. Dulces de corpus.

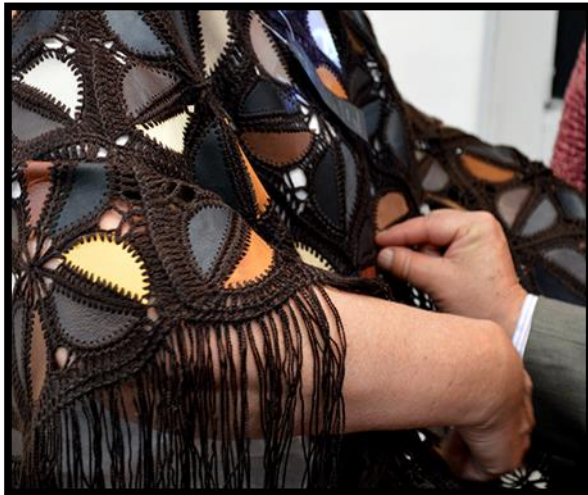
4. Cuero

Productos elaborados con la piel de los animales luego de curtirlos y prepararlos. Se subdivide en Marroquinería y talabartería.

Productos: carteras, bolsos, cartapacios, vestimenta, mochilas, cinturones, monturas, billeteras.

Materiales: pieles de ganado vacuno, caprino, caballar, camélidos, culebras, cocodrillo, avestruz, rana.

Técnicas: Repujado, martillado o golpeado, prensado, esgrafiado, tejido, pirograbado.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 7. Cartera de cuero.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 6. Chal de cuero.

5. Material Orgánico

Artesanías elaboradas con material animal.

Materiales: Hueso, marfil, coral, conchas, cuerno, crin, plumas.

Productos: Objetos decorativos y/o utilitarios, cajas, artículos de oficina, platos, platonés, collares, aretes, pulseras, cedazos, cinturones

Técnicas: tallado, repujado, golpeado, enjoyado, engaste, torneado.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 8. Bisutería con plumas.

6. Madera y Frutos Vegetales

Materia prima empleada, entre otras, para el tallado, escultura, calado, serigrafía de artículos varios. Dentro de esta rama se incluyen a los instrumentos musicales que emplean como materia prima, básicamente, la madera a más de cuero, metales, fibras vegetales, hueso, cerámica, entre otros.

Productos: Muebles artesanales, (no producidos en procesos industriales), floreros decorativos, cuadros, juguetes, instrumentos musicales, joyería, figuras, máscaras y esculturas varias.

Materiales: cedro, aliso, guayacán, caoba, naranjillo, naranjo, chonta, romerillo, raíces, sauce, nogal, balsa, barniz, papel.

Técnicas: Tallado, escultura, policromado, encarnado, calado, serigrafía, taracea, estofado, burilado, lijado, maché, origami.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 9. Servilleteros en tagua.



Fuente. CIDAP, 2015

Imagen 10. Bisutería en cacho.

7. Marmolería y Cantería

Artesanías varias con material inorgánico y mineral

Productos: morteros, cajas, ceniceros, pulseras, collares, aretes, esculturas.

Materiales : piedra, piedra volcánica, roca y piedras preciosas y semi preciosas, mármol, obsidiana, pirita.

Técnica: Tallado, golpeado, pirograbado, engaste, enjoye.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 11. Mortero en piedra.

8. Mazapán y Porcelanicrón

Productos: figuras decorativas diversas.

Materiales: harinas, pegamentos, pintura, conservantes.

Técnicas: Modelado y moldeado.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 12. Nacimiento en masapán.



Fuente. CIDAP, 2016.

Imagen 13. Aplique de pared.

9. Metalistería

Arte y técnica en el trabajo de productos artesanales a base del uso de metales tales como hierro, cobre, estaño, aluminio, hojalata, bronce, etc. Ésta se subdivide en orfebrería y joyería debido a la tradición productiva existente desde tiempos precoloniales sobre todo con oro y la plata.

Productos: collares, pulseras, aretes, cálices, copones, cruces, campanas, cucharas, artículos decorativos y utilitarios varios.

Materiales: oro, plata, cobre, aluminio, hierro, bronce, hojalata, estaño, alpaca, chatarra, níquel, óxidos.

Técnicas: Enchapado, engastado, esmaltado, filigrana, grabado, cera perdida, cartoneado, vaciado, forja, fusión, pavonado, repujado, cincelado, pavonado.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 14. Cerrajes en hierro.



Fuente. CIDAP, 2014.

Imagen 15. Joyería.

10. Neoartesanía

Incluyen aquellas artesanías que comienzan a desarrollarse en las últimas décadas y no han tenido tradición artesanal antigua. Dentro de ellas están las artesanías del reciclaje, papel, tela, vidrio y otras.

Productos: artículos decorativos varios, esculturas, platones, jarras, joyas, murales.

Materiales: fibra natural, fibras sintéticas, plásticos, vidrio, esmaltes, óxidos, telas, metales.

Técnica: modelado, escultura, Vitrofundición, soplado, engomado, arpillera, encolado, maché, origami.



Fuente. CIDAP, 2015.



Fuente. CIDAP, 2016.

Imagen 16. Platonos en vitrofundición.

Imagen 17. Diablo huma en sublimado.

11. Pintura Popular Costrumbrista

Artesanías elaboradas en pieles de animales y que representan festividades y fiestas populares de las comunidades.

Producto: cuadros decorativos.

Materiales: cuero de carnero, borrego, ganado vacuno, porcino, caballar, pinturas.

Técnica: acrílicos.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 18. Batea y cuchara.

12. Pirotécnia

Artesanía intangible, efímera, empleada, fundamentalmente en las fiestas populares.

Productos: Cohetes, luces, bombas, globos, castillos, personajes ceremoniales y/o populares.

Materiales: pólvora, papel, fibras vegetales, metales.

Técnica: embutido, amarrado.



Fuente. CIDAP, 2015.

Imagen 19. Castillo pirotécnico.

13. Tejeduría

13.1 Textiles y Bordados

Artesanías trabajadas en telares artesanales de cintura, marco, palitos, vertical, mesa, pedal.

Igualmente dentro de esta rama se incluyen a los bordados de tradición milenaria.

Productos: chalinas, ponchos, mantas, vestimenta, figuras varias, cuadros, tapices, cartera, mochilas.

Materiales: lana, orlón, hilo, algodón, seda, alpaca, vicuña, acrílicos, fieltro, yute, sintéticos e industriales, retazos de telas industriales.

Técnicas: macramé, frigolité, ikat, tinturado, anudado, bordado, batik, torcido, tejido llano, deshilado, cordelería, arpillera, molas, encolado, engomado.



Fuente. CIDAP, 2014.

Imagen 20. Servilletas bordadas.



Fuente. CIDAP, 2014.

Imagen 21. Chal en ikat.

13.2 Tejidos con fibras naturales

Artesanías varias en base del tejido de las fibras, dentro de éstas ocupa un sitio muy importante la cestería y el tejido de sombreros.

Productos: cestas, canastos, sombreros, figuras decorativas, muebles.

Materiales: paja toquilla, cabuya, abacá, ratán, mimbre, totora, duda, paja de cerro, plátano, bambú, pucón, chambira, trigo, cebada, carrizo, mocora, bejuco.

Técnicas: Tejido chulla, pareado, lleno, calado, compostura, azoque, planchado, lavado, hormado, blichado, guarnecido, lacado, cordelería.



Fuente. CIDAP, 2014.

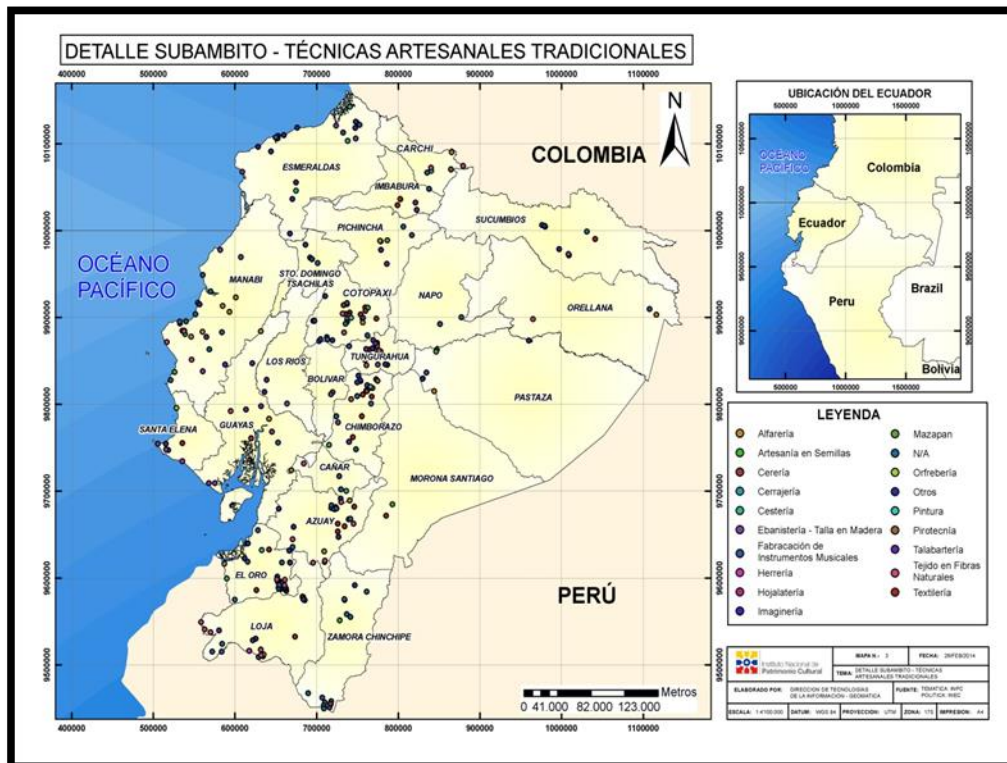


Fuente. CIDAP, 2014.

Imagen 22. Individuales en totora. 1

Imagen 23. Panama Hat. 1

Mapa del Ecuador con las Técnicas Artesanales Tradicionales



Fuente: INPC, 2014.

Imagen 24. Mapa Técnicas Artesanales Tradicionales.

1.3 Turismo como Estrategia de Desarrollo Local.

El turismo es una de las grandes actividades económicas en el mundo, ya que genera un importante vínculo económico, de inversión, de empleos directos e indirectos, y puede ayudar al desarrollo y crecimiento de los pueblos, ya que beneficia la creación de actividades que atienden la demanda de los turistas como son: el hospedaje, la alimentación, el transporte, la diversión, el conocimiento de tradiciones y cultura, atractivos naturales etc.

También atrae la inversión nacional y extranjera impulsando de esta manera la infraestructura regional, la hotelera, la vial, la aérea, micro y grandes empresas.

Como sabemos el turismo genera ingresos y empleo para la comunidad y población local en donde se realiza este tipo de actividad.

En la actualidad en el Ecuador, el turismo ha ido incrementándose cada vez a mayor escala por la variedad de sus opciones, en el caso puntual de la artesanías como atractivo para los turistas nacionales como extranjeros; podemos observar que al existir diversidad de talleres artesanales en varias ramas, la gran mayoría ubicada en zonas rurales del país ;estos espacios aportan al desarrollo de la cultura de gran manera como un producto vivencial, un patrimonio vivo que puede ser aprovechado por un turismo sostenible y un turismo responsable.

El Festival de Artesanías de América, acoge a los mejores artesanos de las comunidades de todo el país; Oferta un producto al turismo local, nacional e internacional

y se convierte en una herramienta de estrategia de desarrollo económico local, por un lado el turismo supone una oportunidad de actividad económica y a su vez el Festival de Artesanías de América aporta al sector de servicios, ofreciendo mayor oportunidad para el surgimiento económico de la localidad.

1.4 Marco Jurídico Aplicado Al Sector Artesanal

Legislación, derechos e instituciones referentes a artesanos y artesanías en el Ecuador. Normas más importantes que establecen derechos y beneficios para artesanos, saberes encéntrales, artesanías y para las expresiones culturales.

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Las personas tiene derecho a: mantener su propia identidad cultural, a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas.

El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción.

El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado: Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley. Y, promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

La política económica tendrá los siguientes objetivos: Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional; Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional; promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas; lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural; impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales; mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.

El sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros. El crédito que otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía.

El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad: Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

El sistema comprenderá programas, políticas, recursos, acciones, e incorporará a instituciones del Estado, universidades y escuelas politécnicas, institutos de investigación públicos y particulares, empresas públicas y privadas, organismos no gubernamentales y personas naturales o jurídicas, en tanto realizan actividades de investigación, desarrollo tecnológico, innovación y aquellas ligadas a los saberes ancestrales.

Será responsabilidad del Estado: Facilitar e impulsar la incorporación a la sociedad del conocimiento para alcanzar los objetivos del régimen de desarrollo; promover la generación y producción de conocimiento, fomentar la investigación científica y tecnológica, y potenciar los saberes ancestrales, para así contribuir a la realización del buen vivir, al sumakkawsay; garantizar la libertad de creación e investigación en el marco del respeto a la ética, la naturaleza, el ambiente, y el rescate de los conocimientos ancestrales.

El Estado destinará los recursos necesarios para la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la innovación, la formación científica, la recuperación y desarrollo de saberes ancestrales y la difusión del conocimiento. Un porcentaje de estos recursos se destinará a

financiar proyectos mediante fondos concursables. Las organizaciones que reciban fondos públicos estarán sujetas a la rendición de cuentas y al control estatal respectivo.⁸

Ley De Defensa Al Artesano

Esta Ley ampara a los artesanos independientemente de sus actividades:

Ramas de artes

Oficios

Servicios

Con el objetivo de hacer valer sus derechos: por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales, etc.

Definiciones:

Actividad Artesanal: La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas.

Artesano: Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como

⁸Constitución de la República del Ecuador (2008): Artículos 21,22,23,25,277,284,306,310,320,377,378,379,380,385,386,387,388

artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios;

Ley De Fomento Artesanal

Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

Para gozar de los beneficios que otorga la presente Ley, se considera:

Artesano Maestro de Taller, a la persona natural que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público.

Artesano Autónomo, aquel que realiza su arte u oficio con o sin inversión alguna de implementos de trabajo, y

Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos, que conformen unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas.

Se tendrá como fecha de iniciación de la producción efectiva del taller artesanal aquella en la cual comience a entregar su producción para la venta, utilizando un mínimo del cincuenta por ciento de la capacidad del taller. Los artesanos individualmente considerados, las asociaciones, cooperativas, gremios y uniones de artesanos que tuvieren talleres independientes del establecimiento o almacén en el que se expenden sus productos, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que se otorgan en esta Ley.

Reglamento General A La Ley De Defensa Al Artesano

Actividad artesanal.- Es la practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios con auxilio de máquinas, de equipos o herramientas, es decir que predomina la actividad manual sobre la mecanizada.

Artesano.- Es el trabajador manual maestro de taller o artesano autónomo que debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, desarrolla su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas una cantidad no superior al 25% del capital fijado para la pequeña industria.

Maestro de Taller.- Es la persona mayor de edad que, a través de los Colegios Técnicos de Enseñanza Artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido el título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y de Trabajo y Recursos Humanos.

Operario.- Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricoprácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanías o la prestación de servicios, bajo la dirección de un Maestro de Taller.

Art. 6.- Aprendiz.- Es la persona que ingresa a un taller artesanal o un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por un tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código de Trabajo.

Artesano autónomo. Se considera artesano autónomo al que ejerce su oficio o arte manual por cuenta propia, aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operativos.

Beneficios: Actualmente todavía existen los siguientes beneficios:

Laborales

Exoneración de pago de décimo tercero, décimo cuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices,

Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices,

Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas.

Sociales

Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices,

Acceso a las prestaciones del seguro social,

Extensión del seguro social al grupo familiar,

Créditos Preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada.

Tributarios

Facturación con tarifa 0% (I.V.A.),

Declaración semestral del I.V.A,

Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías,

Exoneración del pago del impuesto a la renta,

Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales,

Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal.

Importación de maquinaria, insumos, herramientas con el arancel más preferencial vigente.

Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones

El Consejo Sectorial de la Producción ejecutará las siguientes acciones:

Financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector.

Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Institucionalidad

Sistema Nacional de Cultura

Junta Nacional del Artesano

Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal

Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares CIDAP y su Directorio

Consejo Sectorial de la Producción

Ministerio de Relaciones Laborales

Como podemos darnos cuenta según lo investigado no existe legislación que diferencia los artesanos de productos y de servicios. En el caso de artesanos de productos, no existe una distinción de lo que significa artesano artífice. La legislación viabilizó en su época conquistas de los gremios artesanales que se reflejan en beneficios tributarios y laborales, que son los principales. Han existido intentos infructuosos de realizar reformas a los cuerpos legales, como el realizado en el pasado año por el Mipro, sin embargo no se ha logrado nada concreto, esto sobre todo por el abuso de algunos artesanos a la figura artesanal lo que ha provocado que pequeñas y medianas empresas se continúen beneficiando.

Por otro lado la reciente publicación de la Ley de Reconocimiento Público del Estado en las áreas Cultural, Científica y Deportiva, abre una posibilidad para que el CIDAP gestione el reconocimiento a “Maestros Artesanos”, que puede implicar la entrega de una pensión vitalicia de dos remuneraciones unificadas con la corresponsabilidad de desarrollar actividades encaminadas a incentivar el arte que realiza, puede ser un motor para que se mantenga viva la técnica, la artesanía y el legado.

CAPÍTULO 2

2. Diagnostico Del CIDAP Como Institución Cultural

2.1. Análisis Histórico Del CIDAP Como Institución.

Reseña Histórica del CIDAP

En la década de los 60, se generan nuevas corrientes de reflexión sobre el papel de la cultura popular dentro de la dinámica de las sociedades americanas. Esta preocupación surge muy vinculada a la antropología cultural y, en ese contexto, interesa de sobremanera el estudio de las artesanías como una de las expresiones más sobresalientes de la cultura popular. El análisis y discusión a nivel de los países americanos fundamentalmente de tipo cultural; dan como resultado que la Organización de Estados Americanos, OEA, en el año 1969 lleva adelante la VI reunión del Consejo Interamericano Cultural en Trinidad y Tobago, en la cual se aprueba la *“Resolución 26/69 denominada Programa Regional de Desarrollo Cultural, dentro del cual se estableció la Unidad Técnica de Defensa y Promoción del Folklore y las Artes Populares”*.⁹

Para ejecutar esta resolución, en 1972 la IV Reunión del Comité Interamericano de Cultura, CIDECA, en México, recomienda convocar a una reunión técnica para plantear los lineamientos de este programa dentro del Consejo Interamericano de Educación, Ciencia y Cultura, tanto a nivel de los países miembros como a nivel de Iberoamérica. Este es el antecedente para el surgimiento de la “Carta Interamericana de la Artesanías y las Artes

⁹Carta Interamericana de las Artesanías y las Artes Populares, CIDAP 1982

Populares”, producto de la primera reunión técnica de artesanías y artes populares, efectuada del 25 al 30 de junio de 1973 en México. Este documento reconoce de manera explícita el valor que el arte popular y las artesanías tiene para los países del continente americano, en cuanto aporte y riqueza cultural, artística y tecnológica de los pueblos, y establece principios y recomendaciones que buscan guiar y normar la conducta de los países y sus gobiernos para conservar y fomentar el arte popular y las artesanías.

La Carta realiza una serie de recomendaciones para los Gobiernos de los Estados Miembros de la OEA, a fin de desarrollar programas y acciones para la preservación, defensa, fomento y promoción de las artesanías y el arte popular y también; de la misma manera emite recomendaciones a la propia Organización de Estados Americanos para fortalecer la cooperación con similares fines entre los países interamericanos. En este sentido, los expertos participantes en la primera reunión técnica recomendaron a la OEA la creación de un Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, cuyas actividades debían ser:

Formar expertos en las diferentes especialidades en los campos de las artesanías y el arte popular.

Ser el centro documental que reúna, conserve y enriquezca la bibliografía especializada.

Reunir y conservar los inventarios de formas, diseños y motivos decorativos de los productos de la artesanía americana; y las materias primas, herramientas, equipos y técnicas.

Servir de centro de investigación, información y divulgación.

Prestar servicios de asesoramiento artesanal y de consulta.

Esto fue el origen para la creación del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP. En esta enlace, varios países manifestaron su interés para albergar la sede de la institución, entre ellos el Ecuador, cuyo Gobierno ofreció las condiciones necesarias para el establecimiento del Centro en su territorio. Así, en la reunión celebrada en Washington DC en junio de 1974, la comisión Ejecutiva permanente para la Educación, la Ciencia y la Cultura, CEPCIECC, designó al Ecuador como sede del CIDAP. El 15 de noviembre de 1974 mediante Decreto Ejecutivo, el General Guillermo Rodríguez Lara, gobernante del Ecuador, designó a la ciudad de Cuenca, por su fuerte vocación artesanal y ligazón con la cultura y las artes, como la sede en la cual se establecería dicho Centro.

El acuerdo entre el Gobierno del Ecuador y la Secretaría General de la Organización de Estados Americanos para el establecimiento del CIDAP, fue suscrito el 26 de mayo de 1975 y tuvo como objeto *“establecer en la ciudad de Cuenca, Ecuador, el proyecto Multinacional de la Organización de los Estados Americanos (OEA), denominado Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, CIDAP”*.¹⁰

El decreto de creación, de modo expreso, se determina que el CIDAP es una entidad de derecho público, con personería jurídica, patrimonio y fondos propios, que goza de autonomía administrativa y técnica y funciona bajo la autoridad y responsabilidad de un Consejo Directivo y de un Director Ejecutivo nombrado por éste.

¹⁰Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Registro Oficial Número 894 del 22 de septiembre de 1975

Los Objetivos Fundacionales del CIDAP fueron:

Formar técnicos en las diferentes especialidades en los campos de artesanía y arte popular, a través de cursos interamericanos, regionales y nacionales.

Servir de Centro de Investigación, información y divulgación de la defensa, promoción y desarrollo de las artesanías y las artes populares.

Prestar servicios de asistencia técnica a los gobiernos y entidades públicas o privadas de los Estados Miembros de la OEA.

Organizar una biblioteca especializada y un Centro Documental de Artesanías y Artes Populares que reúna, conserve, clasifique, distribuya y atienda las necesidades de transferencia de todo conocimiento y tecnología artesanales.

Reunir, conservar, registrar inventarios de formas, diseños y motivos decorativos de las artesanías americanas y de las materias primas, herramientas, equipos y técnicas empleadas en el pasado o la actualidad.

Organizar el Museo de las Artes Populares de América que contenga las muestras artesanales nacionales y regionales de todo el Continente para exhibición documental y de enseñanza para exposiciones circulantes.

Organizar laboratorios experimentales y prestar servicios técnicos al artesanado, a solicitud de los Estados Miembros.

Desde su creación el CIDAP ha estado presidido por un Consejo Directivo que tiene como funciones: elegir al Director Ejecutivo, analizar y aprobar el Plan Operativo y presupuesto de la institución, aprobar la compra de bienes inmuebles, evaluar los resultados de la gestión institucional, fiscalizar el movimiento económico del CIDAP y apoyar su gestión.

Este Consejo Directivo está integrado por:

El Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador o su representante, quien lo preside.

El Ministerio de Cultura y Patrimonio o su representante.

El Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana o su representante.

Un representante elegido por las autoridades de Cuenca y la provincia del Azuay.

El Director del Departamento de Asuntos Culturales de la Secretaría General de la OEA o en su lugar, el Director de la Oficina de la Secretaría General del Ecuador.

El Consejo Directivo se reúne semestralmente de manera ordinaria o de manera extraordinaria cuando el tema lo amerita. El Director Ejecutivo es nombrado por un lapso de cuatro años, pudiendo ser reelegido, a fin de que operativice las políticas y directrices emanadas del directorio y lidere el trabajo del equipo técnico del CIDAP.

En el año 2011, el actual gobierno del Ecuador realizó un análisis de todas las instituciones que funcionan con fondos públicos en el país, a fin de determinar su aporte y definir su rol dentro del proceso de Reforma del Estado, proceso que busca renovación de lo público en función de las nuevas dinámicas que afronta el país y Latinoamérica. En este contexto, el CIDAP fue evaluado como una de las instituciones de más larga trayectoria en el Ecuador y la región y fue considerado como institución emblemática por su labor, razón por la cual se considero la necesidad de re institucionalizarla sobre la base del nuevo modelo de gestión del estado.

Este 2015 el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares cumple 40 años de vida institucional; Para el CIDAP el ser humano es la esencia de los procesos de la producción artesanal, por ello ha venido trabajando para mejorar las condiciones de vida de artesanos artífices de Ecuador y América y para fomentar que las artesanías, junto a su proceso de creación y producción, promuevan la expansión de las capacidades humanas, tanto de quien las produce como de quien las consume, establecer las pautas de calidad artesanal para el país y promover el logro de excelencia artesanal en el Ecuador.

El CIDAP es custodio de la mayor reserva de artesanías de América, con cerca de 8000 piezas de excelencia procedentes de 26 países; Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, EEUU, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Surinam, Uruguay ,Venezuela, España, Madagascar. Las ramas artesanales que están representadas son fundamentalmente, cerámica, textiles, tejido en fibras naturales, joyería, madera e instrumentos musicales, cuero, pintura costumbrista, talabartería, cantería y marmolería, vidrio, metalistería,

neoartesanía, entre otras. Cuyas piezas se exponen en el Museo de las Artes Populares de América, contiene piezas únicas de artesanos emblemáticos de algunos países. El Museo de las Artes Populares de América fue creado con el propósito de reforzar la identidad de los países latinoamericanos y fomentar la revalorización de las artesanías.

El CIDAP cuenta con el Centro de Documentación de Iberoamérica fue creado con el objeto de reunir, organizar, conservar y transferir información especializada sobre Artesanías, Arte Popular y Cultura Popular del Ecuador y América Latina. Esta constituidos por 79.302 documentos, distribuidos en libros especializados, documentos y publicaciones periódicas, documentos, folletos, revistas, anales, boletines, artículos de prensa, documentos sonoro-videográficos, fotografías, diapositivas, mapas, carteles, gigantografías, DVDs, CDs, discos, colección que se amplía, actualiza y mejora de manera constante. Este espacio brinda un servicio permanente y gratuito a la ciudadanía, investigadores, estudiantes, funcionarios de instituciones públicas y privadas y artesanos. Al mismo tiempo, el CIDAP ha ido conformando una Base de Datos de artesanos del país e internacionales, con información de contactos, ramas artesanales, líneas y productos, técnicas. El CIDAP también cuenta con un departamento de investigación y difusión de información sobre la cultura popular. Es este sentido, el CIDAP ha conformado un equipo de profesionales, académicos e investigadores y ha emprendido importantes procesos de investigación sobre las artesanías y las artes populares, donde permite registrar técnicas, procesos y diseños que forman parte del acervo de la cultura popular. Las investigaciones realizadas abarcan las aéreas de:

Cultura Popular (arquitectura popular, cocina tradicional, juegos populares, medicina tradicional, costumbres y tradiciones orales, indumentaria popular.

Artesanías (cerámica, alfarería, joyería, paja toquilla, tejeduría, técnicas artesanales, definiciones y diccionarios)

Diseño Artesanal

Comercialización Artesanal (marketing)

Arte Popular (murales, iminería)

Fiestas Populares (diccionario de fiestas populares)

Lengua y Folcklore (toponimias, lenguaje populares)

Indicadores socio-económicos de la actividad artesanal del Ecuador.

Hasta la actualidad el CIDAP ha realizado 169 publicaciones entre libros especializados, los denominados “ Cuadernos de Cultura Popular”, la Revista de “ Artesanías de América”, que se publica ininterrumpidamente desde hace más de 30 años, algunas de ellas con temas monográficos sobre la artesanía y la cultura popular de diferentes países. La difusión se realiza entre varios países de América.

En síntesis las publicaciones realizadas por el CIDAP son:¹¹

30 libros especializados.

26 cuadernos de Cultura Popular.

Cartillas de Cultura Popular para la Educación

¹¹ Centro de Documentación CIDAP.

16 Tomos de la Cultura Popular por provincias
73 números de la Revista Artesanías de América.
3 Documentales.
7 libros de temas varios
Diccionarios de Fiestas y de Artesanías-
1 Tesoro de Artesanías.

Área de Capacitación:

Desde su creación se definió que el CIDAP sería un organismo encargado de capacitar y formar a artesanos y expertos en el tema. El Acuerdo entre el Gobierno del Ecuador y la OEA plantea que las principales actividades del CIDAP en esta línea serán:

Realizar cursos interamericanos para la formación de expertos de los Estados

Miembros de la OEA

Realizar cursos especializados en otros países, según las necesidades de integración regional

Organizar cursos nacionales especializados, según las necesidades de cada país

Fomentar el intercambio de profesores, especialistas, dirigentes del sector artesanal y artesanos entre los Estados Miembros de la OEA y con Estados no Miembros de la Organización.

A nivel internacional, durante la vida institucional del CIDAP, se han realizado 50 cursos internacionales y varios eventos de carácter regional con amplia cobertura, de los cuales se han beneficiado 1.294 artesanos/as artífices de 26 países de América. Los cursos por lo general tenían una duración de un mes y se realizaron en 9 países americanos: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, México, República Dominicana, Paraguay, Uruguay; la mayoría de ellos tuvieron lugar en la sede del CIDAP. Todos los artesanos capacitados fueron becados por la OEA o por el IILA en base a la gestión del CIDAP, generando así las oportunidades para su participación activa y comprometida. Especial mención merecen los 15 cursos Interamericanos dictados sobre Diseño Artesanal y 11 de diseño para Artesanos Artífices.

En el plano nacional se realizan constantemente cursos-talleres destinados a la conservación de técnicas y procesos artesanales para vincular el quehacer artesanal con el diseño, e involucrar a los artesanos en los procesos actuales del mercado y la demanda urbana. En el Ecuador se han organizado 195 cursos, capacitando a aproximadamente 2.500 artesanos.

Almacén “El Barranco”, es un espacio permanente de comercialización, que se renueva constantemente, ha realizado 230 exhibiciones ventas, promocionando el trabajo de 788 artesanos. Esto sumado a los proveedores anuales permanentes, hace que en el Almacén El Barranco se haya comercializado productos de aproximadamente 1.100 artesanos de prácticamente todas las provincias del Ecuador y de algunos países de la región, como Perú y Colombia.

Dentro de la promoción artesanal, el CIDAP impulsa la participación de artesanos Ecuatorianos a ferias, teniendo cada año el mayor evento de artesanías de excelencia del Ecuador, el “Festival de Artesanías de América” es el mayor evento de artesanías de excelencia del Ecuador que acoge a artesanos de todo el país y a ganadores del Reconocimiento a la Excelencia Artesanal UNESCO a fin de impulsar la promoción y comercialización de su trabajo, así como resaltar su creatividad, ingenio y habilidad.

El Festival de Artesanías de América ha realizado doce ediciones y se encuentra posicionado a nivel local, nacional e internacional y es un espacio que fomenta altos estándares de calidad en la producción artesanal y abre la oportunidad de entablar un trato directo entre los artesanos y los compradores resaltando el valor socio- económico de su trabajo y su aporte cultural y patrimonial.

La propuesta de valor del Festival es la diversidad de oferta y los estándares de calidad en los productos que se exponen, que se expresan desde la selección de las materias primas, el proceso de diseño, producción, innovación y creación desplegado por los y las artesanos/as participantes.

Desde el año 2012, el Festival salió al espacio público, ocupando uno de los lugares más emblemáticos de la ciudad Patrimonial de Cuenca, el Barranco del Río Tomebamba, conformando un circuito ferial que tiene como su centro principal el local del CIDAP. En el año 2014 el Festival contó con la participación de 133 artesanos del Ecuador y varios países de América, a través de la presencia de los y los ganadores del Reconocimiento UNESCO a la

Excelencia Artesanal y con la presencia en sus cuatro días de duración, de aproximadamente 200.000 visitas.

Como podemos darnos cuenta el CIDAP con toda su labor viene trabajando en salvaguardar los procesos artesanales y mejorar la condición de vida de los artesanos a través de la investigación, la capacitación, la promoción, el fomento y el impulso al quehacer artesanal, contribuyendo al respeto por la diversidad cultural y el fortalecimiento de las identidades culturales diversas.

El ser un organismo activo y eficiente, que responda de manera oportuna a los desafíos y retos del sector artesanal en la contemporaneidad, promoviendo condiciones de vida dignas para los artesanos y recuperando su rol protagónico en la integración regional a través de las artesanías.

2.2 Diagnóstico Actual del Festival de Artesanías de América

Para poder realizar un análisis actual del Festival de Artesanías de América se procedió a realizar un FODA cruzado.

Diagnóstico Actual Del Festival De Artesanías De América

FODA Cruzado

	Oportunidades	Amenazas
	Festival de Artesanías de América, da la oportunidad de salvaguardar técnicas y procesos artesanales, y el arte popular, que son de interés del turista nacional e internacional.	La Globalización y la industria amenazan la producción artesanal de excelencia. Política de Estado con recortes

	<p>Posibilidad de demostrar al visitante un espacio de diversidad artesanal.</p> <p>El Festival de Artesanías de América, al desarrollarse en una fecha de temporada alta, la ocupación hotelera está en su máxima capacidad.</p> <p>Oportunidad de los artesanos a concretar alianzas para su futura exportación del producto, con los compradores internacionales que visitan el Festival de Artesanías de</p>	<p>presupuestarios al área cultural.</p> <p>El Clima impredecible de la ciudad de Cuenca.</p> <p>Al no contar con el espacio propio, pueden involucrarse vendedores informales.</p> <p>Falta de recursos de los artesanos internacionales para desplazarse al Festival de Artesanías de América.</p> <p>Incremento de competidores con precios de menos valor.</p>
--	--	--

	<p>América.</p> <p>Acceso que tienen los artesanos a comercializar sus productos al turista nacional e internacional.</p> <p>Festival de Artesanías de América se puede convertir en un producto turístico a través de distintas coyunturas como servicios de Hospedaje, Alimentación y distracción.</p> <p>Festival de Artesanías de América es un espacio abierto para un intercambio de experiencias.</p>	<p>Falta de competitividad con mercados internacionales debido a la falta de recursos para mejorar diseños.</p>
--	--	---

	<p>Festival de Artesanías de América abre la oportunidad de crear reconocimiento del país a nivel internacional lo que crearía mayor fuente de ingresos al país a través del turismo.</p>	
<p>Fortalezas</p> <p>Festival de Artesanías de América, es un espacio que brinda al turista nacional e internacional una variedad de artesanías de excelencia en todas las ramas artesanales, en un solo lugar.</p> <p>El reconocimiento del Festival de Artesanías de América en todo el país,</p>	<p>Estrategias Ofensivas</p> <p>Integrar a todos los artesanos de diferentes ramas artesanales en un solo espacio, ya que esto daría a conocer al país en todos los aspectos sociales y culturales.</p> <p>Al ser de interés del turista nacional e internacional, se propone realizar</p>	<p>Estrategias De Ajuste</p> <p>Realizar publicidad que toque la parte emocional de la audiencia, es decir, promocionar la preservación del patrimonio, la excelencia, el talento, más no el valor económico, lo que desacreditará aquellas industrias que realizan objetos en serie y con materia prima de ínfima</p>

<p>como producto exclusivo de la ciudad de Cuenca.</p> <p>En el Festival de Artesanías de América, se puede encontrar en un mismo lugar artesano de diferentes ciudades del Ecuador y distintos países de América, permitiendo de esta manera varios tipos de interacción.</p> <p>Festival de Artesanías de América, cuenta con eventos paralelos como, eventos de patrimonio vivo, intercambio de experiencias, que son de interés del turista nacional y</p>	<p>una estrategia de publicidad en donde se fomentara el reconocimiento de todos los procesos ancestrales y tradicionales utilizados para elaborar la artesanía.</p> <p>Crear un circuito turístico, en donde se enlacen hoteles, recorridos turísticos por toda la ciudad en donde conste el Festival de Artesanías, para lo que se puede establecer convenios con las agencias de viaje para que incluyan al Festival dentro de sus paquetes.</p> <p>Realizar publicidad para crear</p>	<p>calidad.</p> <p>Realizar convenios internacionales para contrarrestar el recorte de presupuesto, lo que incrementará la exportación y comercialización.</p> <p>Esto se logrará con publicidad de que en el Festival se encuentra todo tipo de artesanía en un solo lugar.</p> <p>De acuerdo a la experiencia que posee el Festival, es factible crear un plan de contingencia en donde se genere soluciones previas a situaciones que se presente con respectó al clima, al</p>
--	---	--

<p>extranjero.</p> <p>Acceso gratuito al Festival de Artesanías de América.</p> <p>El Festival de Artesanías de América tiene carácter nacional e internacional, siendo de esta manera más atractivo para el turista.</p> <p>Festival de Artesanías de América, cuenta con un proceso de curaduría para la selección de los participantes como artesanos de excelencia.</p> <p>Festival de Artesanías de América,</p>	<p>reconocimiento del Festival como un centro donde se comercializan productos de calidad, lo que permitirá crear convenios con empresarios extranjeros para exportación.</p> <p>Dentro de la publicidad se debe promocionar al Festival como un producto turístico exclusivo de la ciudad al cual a más del atributo “gratuidad” la mayor característica que demuestra y denota excelencia es la experiencia que tiene el Festival, lo que creará mayor reconocimiento internacional e</p>	<p>involucramiento de vendedores informales y la falta de recursos de los artesanos para desplazarse de sus ciudades al Festival.</p>
---	---	---

<p>genera un movimiento económico y da cumplimiento con los objetivos del buen vivir, para una mejor calidad de vida de los artesanos. *art. 33</p> <p>Festival de Artesanías de América como nexo entre el mercado nacional e internacional con los saberes y tradiciones ancestrales de cuenca.</p> <p>Festival de Artesanías como uno de los exponentes más completos de la tradición y talento ecuatoriano al mundo.</p> <p>El Festival de Artesanías de América</p>	<p>incrementará el beneficio económico en el país.</p> <p>Crear eventos con museos o instituciones internacionales que pudiesen intercambiar experiencias en cuanto a patrimonio vivo, saberes ancestrales, etc. Lo que creará mayor reconocimiento al Festival a nivel Internacional.</p>	
--	--	--

<p>cuenta con una trayectoria de más de 12 años de trayectoria.</p>		
<p>Debilidades</p> <p>El Festival de Artesanías de América, se desarrolla en un espacio físico que no es de propiedad de la institución y pueden desarrollarse eventualidades que están fuera de control de la institución.</p> <p>Falta de presupuesto del CIDAP y falta de apoyo de instituciones privadas.</p> <p>El Festival de Artesanías de América</p>	<p>Estrategias Defensivas</p> <p>Se debe crear un plan de publicidad o plataforma permanente, en el cual se establezca los atributos más importantes como la gratuidad de entrada, la facilidad de acceso y el hecho que en el Festival se puede encontrar de todo en un solo lugar para lograr mayor ingreso a través del turismo, lo que hará que un mayor número de instituciones patrocinen el evento y se lograra</p>	<p>Estrategias De Supervivencia</p> <p>Buscar vínculos internacionales para establecer no únicamente presupuestos en base a empresas públicas sino contar con colaboración de empresas a nivel nacional e internacional a través de empresas privadas.</p> <p>Crear un plan de contingencia en donde consten soluciones posibles para resolver problemas con</p>

<p>está atado a recurso públicos que son variables.</p>	<p>incrementara el número de artesanos que puedan participar.</p>	<p>respecto al clima, vendedores informales etc.</p>
<p>No se cuenta con una plataforma comunicacional establecida permanentemente.</p>	<p>Realizar alianzas estratégicas para lograr exportaciones mediante eventos cerrados durante el año para afianzar vínculos</p>	<p>Crear un plan de publicidad que vincule emociones a través de videos, foros con mensajes que enlacen el amor a lo nuestro, a la tradición, a lo ancestral, al talento ecuatoriano. Para que las personas no tomen en cuenta el precio sino más bien el valor, el beneficio del objeto vinculado al saber y tradición ancestral.</p>
<p>No se puede dar la apertura a más de 150 artesanos.</p>	<p>internacionales.</p>	

Fuente: Propia, 2015.

Tabla 1. FODA cruzado.

CAPÍTULO 3

3. Diseño Del Producto Festival De Artesanías De América Con Perspectiva Turística.

3. 1 Análisis de Cuenca como destino turístico.

En el año de 1557, los Españoles fundaron “Santa Ana de los Ríos de Cuenca”, tierra de los Cañarís, que posteriormente fueron conquistados por los Incas y la llamaron Tomebamba, la fundada 12 de abril de 1557, por Gil Ramírez Dávalos, quien cumpliendo con el encargo del Virrey de Lima Hurtado de Mendoza, una ciudad española con el nombre que le recuerde a su ciudad natal. Su independencia del yugo español fue un 3 de noviembre de 1820.

Cuenca, capital de la provincia del Azuay, considerada la tercera ciudad del país, luego de Quito y Guayaquil, está ubicada en un valle interandino de la sierra sur ecuatoriana, a una altitud de 2535m sobre el nivel del mar, cuenta con un clima templado, y su temperatura promedio es de 17°C. Con una población aproximada de 505.580¹² y su superficie es de 15.730 hectáreas. Fue declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad, el 01 de diciembre de 1999. Más allá de esta designación la ciudad posee un centro Histórico constituido por una arquitectura que sorprende y engalana su belleza, ciudad patrimonio de la cultura, por su situación privilegiada, por sus vestigios arqueológicos, sus producciones artísticas; su rica tradición oral por una serie de componentes que constituyen su esencia e identidad, única en su

¹² Ecuador en cifras/www.ecuadorencifras.gob.ec/Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010.

género, ciudad llena de historia, sus calles adoquinadas, sus 4 ríos que la bañan, sus iglesias, museos, parques plazoletas, edificios patrimoniales, sitios arqueológicos, mercados, barrios tradicionales, el barranco, sitios naturales, sus alrededores, hacen de ella una ciudad deseada por los turistas Nacionales e Internacionales.

Por ser una ciudad atractiva para el turista, Cuenca posee la infraestructura hotelera necesaria para que el visitante tenga una muy buena experiencia.

Todos los meses del año son ideales para conocer la ciudad de Cuenca, sus diferentes atractivos, sus fiestas populares como el “Pase del Niño Viajero”, el “Septenario” entre otras, hacen de Cuenca un destino inigualable para propios y extraños.

A nivel internacional el destino Cuenca es considerado como una de las ciudades más importantes del Ecuador y reconocido como un destino altamente recomendado, en varias plataformas donde se promociona destinos turísticos, Cuenca ha sido nombrada por; Tripadvisor, Yahoo Travel, Guías de Viajero, National Geographic. En estos últimos años ha tenido varios reconocimientos como: Mejores ciudades turísticas (Lonely Planet, 2010_) y además es reconocida, como una de las 10 mejores ciudades no solo para visita temporal sino para una residencia permanente y preferida por personas de la tercera edad.

En el año 2009, Internacional Living, una revista estadounidense, ubico a Cuenca como la mejor ciudad colonial de retiro para los jubilados, por ser una de las mejores preservadas del mundo, Internacional Living analiza países que ofrezcan los mayores beneficios y ventajas para jubilados de todo el mundo, como son: costo de vida, la cultura, asistencia médica,

infraestructura, la seguridad y estabilidad, bienes raíces, beneficios para retirados y el clima. Cuenca además es conocida como la “Atenas del Ecuador” por ser cuna de poetas y hombres ilustres. Es poseedora de una riqueza cultural, histórica, arqueológica, natural única que la proyecta como un núcleo turístico del Ecuador. Su riqueza artesanal está representada por las hábiles manos de su gente que con armonía transforman los elementos naturales en preciosas prendas y objetos que son apetecidos a nivel nacional e internacional. En Cuenca las artesanías denotan arduo y laborioso trabajo de personas que luchan cada día por alcanzar la excelencia en los productos que confeccionan.

“Los artesanos artífices se encuentran divididos en diferentes ramas ocupacionales, en la provincia de Pichincha el 60,4% de artesanos artífices de este lugar son herramientas y afines, en la provincia de Imbabura el 75,7% de los artesanos de esta provincia son artesanos de los tejidos, el cuero y materiales similares. De los artesanos que se encuentran en la provincia del Azuay el 41,2% son artesanos de los tejidos, el cuero y materiales similares y finalmente en la provincia del Guayas el 44,8% son herramientitas y afinas.

La concentración según el área rural y urbana es diferente según las provincias, por ejemplo en la provincia del Guayas la mayoría de artesanos se concentran en el área urbana, es decir un 94% y solo un 6% está en el área rural. En la Provincia del Azuay la concentración es mayoritariamente rural alcanzando un 60%. En la provincia de Pichincha el 70% se encuentra en

el área urbana y el 30% en el área rural. Finalmente en Imbabura se encuentra una mayor concentración en el área rural con un 60,7%.”¹³

La provincia del Azuay, milenaria tradicional y contemporánea, constituye el centro turístico más importante de la zona austral del país, es probablemente la provincia más rica del Ecuador en lo que a Artesanías y Arte se refiere. Siendo esta una importante oferta cultural para el Turista.

Además se cuenta con datos sobre la demanda y la oferta turística en Cuenca, estos datos fueron recopilados por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca, los cuales indican:

Número de Turistas 2014	581.000
Estancia Promedio	1,5 noches
Gasto Promedio Diario por Turista	USD\$74,00
Gasto Promedio en Alojamiento	USD\$33,00
Ingresos por Turismo	USD\$64 491.000

Fuente: Anuario de Estadísticas Turísticas, Fundación Municipal, 2015.

Tabla 2. Comportamiento del Turismo a nivel local.

¹³ Caracterización de los artesanos artífices en el Ecuador en base a información secundaria, Universidad de Cuenca, 2012.

Flujo de Turistas en el último quinquenio

Año	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
2010	289.261	136.123	425.384
2011	315.212	148.335	463.547
2012	351.362	165.347	516.709
2013	376.820	177.327	554.147
2014	395.080	185.920	581.000
2015	410.969		608.051

Fuente Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015.

Tabla 3. Flujo de turistas el último quinquenio.

Establecimientos turísticos registrados en Azuay

Cantón	Establecimientos turísticos registrados	%	Empleos registrados en la planta turística	%
Camilo Ponce Enríquez	23	1,2	55	0,8
Chordeleg	16	0,8	50	0,7
Cuenca	1.706	85,3	6.463	88,8
Girón	25	1,3	70	1,0
Guachapala	2	0,1	3	0,0
Gualaceo	96	4,8	298	4,1
Nabón	5	0,3	20	0,3
Oña	9	0,5	11	0,2
Paute	40	2,0	100	1,4

Pucará	2	0,1	3	0,0
San Fernando	9	0,5	18	0,2
Santa Isabel	54	2,7	170	2,3
Sevilla de Oro	3	0,2	1	0,0
Sígsig	10	0,5	14	0,2
Total	2.000	100,0	7.276	100,0

Fuente: MINTUR Catastro Preliminar turístico consolidado nacional 2015.

Tabla 4. Establecimientos turísticos registrados en Azuay.

Interpretación: Además Cuenca se encuentra preparada con 1.706 establecimientos turísticos registrados, que generan 6.463 empleos directos en la ciudad; la oferta de servicios turísticos en Cuenca representa el 85,3% de la oferta de servicios en la provincia del Azuay.

Además en Cuenca se han identificado 72 atractivos turísticos de mayor importancia; dentro de estos se encuentra el Barranco del Río Tomebamba, y el Museo del CIDAP, lo que indica que Cuenca al ser visitada por turistas, estos visitarán en su mayoría todo lo comprendido en el Barranco, es decir el Festival de Artesanías de América.

3.2 Análisis del mercado turístico

El turismo es una actividad y sector importante para Ecuador, influye tanto en el estilo de vida de las personas que ofrecen el servicio turístico, como en el visitante. Sin duda alguna, el turismo es un eje fundamental para la activación económica de los pueblos, la generación de nuevos empleos, el mejoramiento y desarrollo de las comunidades. “Ecuador en el año 2014,

mostro un crecimiento en las llegadas de extranjeros hasta los primeros días del mes de diciembre, con una cifra que supero el 1'500.000 viajeros, los principales mercados emisores que se registraron en el periodo enero-noviembre de 2014 son:

Colombia	333.197 (23,80)
Estados Unidos	231.868 (16,6%)
Perú	161.370 (11,5%)

Con respecto a los arribos, el 45% de arribos por vía aéreas se han realizado por el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre (Quito), el 22% pertenecen al Aeropuerto José Joaquín de Olmedo (Guayaquil), mientras que el resto de llegadas son por vía terrestre principalmente por las provincias del Oro y Carchi. Referente a las divisas relacionadas al turismo, que se han registrado en viajes y transporte de pasajeros también se ha indicado un ascenso en este tema. Lamentablemente aun no están consolidadas las estadísticas hasta la actualidad pero se ha tomado como referencia la información proporcionada por el Ministerio de Turismo en el año 2013, donde la balanza se situó en 1.251,3 millones, lo que representó un aumento del 21% en comparación con el 2012.

En el Ecuador la actividad turística, se encuentra en constante crecimiento, cada vez existe mayor turismo interno, turismo emisor, oferta turística, fortaleciendo de igual manera la inversión turística en el país. Durante estos últimos años el sector público como privado ha venido invirtiendo en el sector turístico del Ecuador, indicando que Pichincha, Guayas, Manabí y Azuay fueron las provincias donde mayor inversión realizo, especialmente en el sector hotelero,

las grandes cadenas como el Wyndaham, Accor, Hilton, Sheraton.”¹⁴ Por lo tanto, Ecuador tiene un gran potencial turístico, lo cual le convierte en un destino muy atractivo para hacer inversión nacional y extranjera, fortaleciendo de esta manera los ámbitos culturales y económicos del país.

A continuación se indicara algunos datos estadísticos de importancia para el desarrollo del producto turístico en esta tesis.

ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN PRINCIPALES MERCADOS TURÍSTICOS Y MESES CLASIFICADOS POR PAÍS DE NACIONALIDAD AÑO: 2014

MERCADOS TURÍSTICOS	MESES												TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
TOTAL	152.573	124.584	114.006	118.614	111.174	129.056	154.242	131.691	112.762	124.454	127.560	156.275	1.556.991
MERCADOS OBJETIVO	27.250	28.491	30.825	26.002	28.164	38.200	43.395	29.903	19.489	22.958	23.757	34.631	353.065
Estados Unidos	19.229	19.980	21.778	17.850	20.945	32.123	34.053	21.788	13.573	15.494	15.995	26.598	259.406
Canadá	3.582	3.219	3.375	3.215	2.839	2.053	2.738	2.039	1.653	2.268	2.764	3.485	33.230
Alemania	2.281	3.457	3.499	2.463	1.962	1.781	3.262	3.750	2.417	2.932	2.820	2.679	33.303
Reino Unido	2.158	1.835	2.173	2.474	2.418	2.243	3.342	2.326	1.846	2.264	2.178	1.869	27.126
MERCADOS OPORTUNIDAD	5.212	4.634	5.538	5.410	5.816	4.749	5.486	5.761	5.793	5.724	6.013	6.006	66.142
China	986	1.348	1.633	1.445	1.455	1.412	1.716	1.500	1.602	1.570	1.555	1.211	17.433
Brasil	2.147	1.656	1.766	1.679	1.961	1.232	1.666	1.790	1.788	1.850	2.029	2.208	21.772
Australia	1.104	743	1.066	1.183	1.297	1.075	1.052	1.331	1.227	1.229	1.144	1.235	13.686
Japón	511	486	558	449	429	325	385	487	482	375	432	505	5.424
India	464	401	515	654	674	705	667	653	694	700	853	847	7.827
MERCADOS NATURALES	81.337	62.158	47.557	56.310	45.523	51.449	64.650	54.399	46.050	54.462	51.937	69.744	685.576
Colombia	46.863	26.713	22.797	34.721	23.237	30.742	36.089	28.005	23.399	27.312	25.646	42.555	368.079
Perú	15.291	19.156	11.907	11.697	11.693	12.386	17.017	16.485	12.677	17.443	15.345	14.308	175.405
Argentina	11.176	6.365	5.566	3.880	4.046	2.924	4.452	3.625	3.421	3.670	4.116	5.350	58.591
Chile	4.946	7.076	3.924	2.816	3.224	2.253	3.321	3.123	3.092	2.909	2.994	4.193	43.871
México	2.080	1.931	2.369	2.269	2.282	2.232	2.764	2.208	2.349	2.261	2.897	2.332	27.974
Panamá	981	917	994	927	1.041	912	1.007	953	1.112	867	939	1.006	11.656
OTROS PAÍSES	38.774	29.301	30.086	30.892	31.671	34.658	40.711	41.628	41.430	41.310	45.853	45.894	452.208

Fuente: Bases de datos entradas y salidas internacionales - INEC 2014.

Imagen 25. Entrada de Extranjeros según principales mercados turísticos y meses clasificados por país de nacionalidad.

Interpretación: De acuerdo a este cuadro tenemos un mercado específico de 127.560 turistas que según la base de datos de INEC 2014, ingresaron al país en el mes de noviembre, lo que comprende el 8% del total de turistas que ingresan en el año.

¹⁴ <http://www.turismo.gob.ec/resumen-2014turismo-ecuadoriano> en su mejor momento.

**ENTRADA DE EXTRANJEROS POR MOTIVO DE VIAJE SEGÚN GRUPOS PRINCIPALES DE OCUPACIÓN Y POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA Y NO ACTIVA
AÑO: 2014**

GRUPOS PRINCIPALES DE OCUPACIÓN Y POBLACIÓN ACTIVA Y NO ACTIVA	MOTIVO DE VIAJE ¹					
	TURISMO	NEGOCIOS	EVENTOS	ESTUDIOS	OTROS	TOTAL
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	544.988	63.510	110.238	884	151.105	870.725
Ocupaciones Militares	807	40	818	5	284	1.954
Directores y Gerentes	13.775	5.997	4.614	12	7.320	31.718
Profesionales, científicos e intelectuales	153.298	30.957	30.963	481	38.565	254.264
Técnicos y profesionales de nivel medio	33.192	6.832	36.427	99	37.122	113.672
Personal de Apoyo Administrativo	194.610	13.556	20.627	201	30.954	259.948
Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados	86.657	3.437	4.833	54	12.261	107.242
Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios, forestales y pesqueros	9.569	372	436	1	850	11.228
Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios	23.310	686	1.097	14	2.808	27.915
Operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores	9.613	676	7.525	2	18.218	36.034
Ocupaciones elementales	20.157	957	2.898	15	2.723	26.750
POBLACION ECONÓMICAMENTE NO ACTIVA	440.969	382	8.599	850	35.922	486.722
Jubilados y Pensionistas	82.995	382	858	5	5.475	89.715
Amas de casa	57.295	0	1.715	0	8.473	67.483
Estudiantes	262.502	0	6.026	845	19.166	288.539
Menores de 6 años	38.177	0	0	0	2.808	40.985
Sin Especificar	162.707	5.493	7.355	0	23.989	199.544
TOTAL	1.148.664	69.385	126.192	1.734	211.016	1.556.991

¹Motivo de viaje de acuerdo a formato de Tarjeta Andina de Migración.
Fuente: Bases de datos Entradas y Salidas Internacionales - INEC 2014.

Imagen 26. Entrada de extranjeros por motivo de viaje según grupos principales de ocupación y población económicamente activa y no activa.

Interpretación: Según este cuadro, el mercado turístico altamente potencial es el de los jubilados y pensionistas el cual comprende el 6% de turistas que visitan el país durante todo el año, ya que al recibir su aporte mensual y al no tener otro tipo de responsabilidades pueden orientar un mayor nivel de recursos a las actividades turísticas en Cuenca.

**ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR SEGÚN SEXO
AÑO: 2010-2014**

MESES	2010			2011			2012			2013			2014		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Enero	54.244	41.865	96.109	59.342	46.206	105.548	71.141	55.975	127.116	72.325	58.518	130.843	84.368	68.205	152.573
Febrero	50.714	39.210	89.924	50.239	36.182	86.421	57.985	41.536	99.521	59.353	44.408	103.761	70.191	54.393	124.584
Marzo	47.926	34.526	82.452	51.645	35.850	87.495	56.791	40.157	96.948	64.115	49.244	113.359	67.212	46.794	114.006
Abril	42.039	28.501	70.540	50.207	37.300	87.507	53.435	39.192	92.627	52.371	35.115	87.486	67.904	50.710	118.614
Mayo	45.348	32.270	77.618	48.784	34.086	82.870	54.652	37.992	92.644	57.282	41.132	98.414	66.571	44.603	111.174
Junio	51.234	40.368	91.602	56.139	43.810	99.949	67.186	51.106	118.292	68.047	53.695	121.742	72.837	56.219	129.056
Julio	59.485	51.060	110.545	64.310	53.656	117.966	71.052	59.727	130.779	75.585	62.553	138.138	84.678	69.564	154.242
Agosto	53.320	41.899	95.219	56.682	42.280	98.962	59.838	46.537	106.375	62.840	49.729	112.569	74.647	57.044	131.691
Septiembre	42.480	29.296	71.776	49.379	30.711	80.090	51.219	34.771	85.990	57.271	40.103	97.374	67.346	45.416	112.762
Octubre	48.730	34.971	83.701	52.476	35.881	88.357	57.625	41.520	99.145	63.585	47.932	111.517	72.591	51.863	124.454
Noviembre	48.746	32.507	81.253	55.450	37.123	92.573	58.447	41.227	99.674	64.381	47.675	112.056	75.341	52.219	127.560
Diciembre	53.601	42.758	96.359	63.132	50.167	113.299	67.467	55.323	122.790	75.664	61.134	136.798	86.807	69.468	156.275
TOTAL	597.867	449.231	1.047.098	657.785	483.252	1.141.037	726.838	545.063	1.271.901	772.819	591.238	1.364.057	890.493	666.498	1.556.991

Fuente: Bases de datos Entradas y Salidas Internacionales - INEC 2010-2014

Imagen 27. Entrada de extranjeros al Ecuador según sexo.

Interpretación: Según este cuadro podemos observar que en el mes de noviembre de 2014, ingresaron al Ecuador 52.219 mujeres frente a 75.341 hombres, por lo cual en base a esta información tenemos que orientar el 60% del plan de promoción al mercado masculino.

**ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR POR GRUPOS DE EDAD
AÑO: 2010-2014**

AÑOS	GRUPOS DE EDAD								TOTAL
	MENORES DE 10 AÑOS	DE 10 A 19 AÑOS	DE 20 A 29 AÑOS	DE 30 A 39 AÑOS	DE 40 A 49 AÑOS	DE 50 A 59 AÑOS	DE 60 AÑOS Y MÁS	SIN ESPECIFICAR	
2010	59.933	76.296	209.198	225.727	195.015	154.298	126.503	128	1.047.098
2011	61.684	82.455	227.894	245.475	212.891	170.246	140.392	0	1.141.037
2012	65.721	96.485	254.660	270.711	235.296	189.669	159.359	0	1.271.901
2013	68.665	104.028	275.022	298.628	246.238	200.950	123.439	47.087	1.364.057
2014	72.828	112.635	326.369	345.173	276.297	224.061	199.628	0	1.556.991

Fuente: Bases de datos Entradas y Salidas Internacionales - INEC 2010-2014.
Estimación Ministerio de Turismo.

Imagen 28. Entrada de extranjeros al Ecuador por grupos de edad.

Interpretación: En base a este cuadro, podemos ver que la edad del mercado potencial se podría encontrar a más de los pensionados y jubilados dentro de los grupos de 30 a 60 años y más ya que esto comprendería el 67% del total de turistas en todo el año.

**TRAFICO AÉREO DOMÉSTICO REGULAR PASAJEROS TRANSPORTADOS EN EL ECUADOR POR RUTAS Y MESES
AÑOS: 2014**

RUTA/MESES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Total	301.770	289.655	315.654	312.715	306.055	290.684	327.564	333.921	298.188	320.940	300.602	294.207	3.691.955
Quito - Guayaquil	66.671	65.238	68.044	69.279	69.512	64.611	73.812	72.807	67.013	76.868	69.004	70.507	833.366
Guayaquil - Quito	70.237	64.289	69.953	69.609	68.291	64.308	68.405	73.541	70.672	72.945	69.218	62.613	824.081
<i>Quito-Guayaquil-Quito</i>	<i>136.908</i>	<i>129.527</i>	<i>137.997</i>	<i>138.888</i>	<i>137.803</i>	<i>128.919</i>	<i>142.217</i>	<i>146.348</i>	<i>137.685</i>	<i>149.813</i>	<i>138.222</i>	<i>133.120</i>	<i>1.657.447</i>
Quito - Cuenca	16.214	15.806	17.653	18.047	17.522	16.846	18.653	17.926	16.590	17.541	17.196	17.295	207.289
Cuenca - Quito	17.659	15.981	18.551	18.288	17.819	17.172	18.651	19.046	17.314	16.794	17.451	15.421	210.147
Quito-Cuenca-Quito	33.873	31.787	36.204	36.335	35.341	34.018	37.304	36.972	33.904	34.335	34.647	32.716	417.436
Guayaquil - Cuenca	2.869	2.654	2.913	2.683	3.026	3.682	3.495	3.233	2.773	3.042	2.609	2.536	35.515
Cuenca - Guayaquil	2.912	2.665	2.987	2.817	3.075	3.276	3.449	3.375	2.654	3.106	2.828	2.619	35.763
<i>Guayaquil-Cuenca-Guayaquil</i>	<i>5.781</i>	<i>5.319</i>	<i>5.900</i>	<i>5.500</i>	<i>6.101</i>	<i>6.958</i>	<i>6.944</i>	<i>6.608</i>	<i>5.427</i>	<i>6.148</i>	<i>5.437</i>	<i>5.155</i>	<i>71.278</i>

Fuente: INEC, 2010-2014

Imagen 29. Tráfico aéreo doméstico regular pasajeros transportados en el Ecuador por rutas y meses.

Interpretación: Este gráfico podría orientarnos hacia la colocación de material publicitario en lugares estratégicos para promocionar los destinos en los aeropuertos de Quito y Guayaquil, ya que como podemos ver, existe un alto número de pasajeros que visitan Cuenca durante el mes de noviembre y todo el resto del año, ya que la publicidad se debe empezar a realizarla varios meses antes.

Segmento de mercado

Por lo tanto el segmento de mercado está comprendido en:

Edad: Turistas Extranjeros y Nacionales de 30 a 60 y más años con mayor atención publicitaria a turistas extranjeros que sean pensionistas y jubilados, quienes gustan en mayor porcentaje de actividades culturales.

Sexo: se debe orientar de mayor manera la promoción hacia el sexo masculino aunque se ha visto según los datos que el 60% de mercado potencial está comprendido por hombres y el 40% por mujeres.

Mercado extranjero: se debe orientar mayor esfuerzo publicitario a los siguientes países que de acuerdo a datos obtenidos, son los más interesados en visitar el país; de acuerdo a los datos obtenidos del INEC 2014, en donde se destaca Colombia, Estados Unidos y Perú, con una participación relativa del 23.6%, 16.7% y 11.3% en su orden. El continente europeo mantiene una cuota significativa, y países como España, Alemania y Reino Unido contribuyeron con un aporte del 4.3%, 2.1% y 1.7%.

3.3 Diseño del producto turístico

Dentro del ámbito del turismo se encuentran varios tipos, entre ellos cultural, ecológico, arqueológico, de aventura, de reuniones entre otros.

En esta tesis se desarrollara un producto turístico de índole cultural ya que lo que se intenta es realzar uno de los elementos más importantes que realiza el CIDAP con el apoyo de varias instituciones públicas y privadas a nivel nacional e internacional; Y debido a que con el estudio de mercado realizado se pudo obtener, que el turista se encuentra interesado en: Turismo Cultural y Turismo de Negocios, en este sentido el Festival de Artesanías de América, cumple con las expectativas que el turista nacional y extranjero busca al momento de comprar artesanías además de hacer negocios post feria.

Según la Dra. María Leonor Aguilar el turismo cultural se lo puede entender como aquellos viajes que se realizan con el fin de incrementar y acumular conocimientos y disfrutar de experiencias culturales, espirituales, afectivas e intelectuales que caracterizan a las sociedades o a los grupos humanos y que poseen rasgos y características propios que les individualiza como grupo o cultura.

Por lo tanto el Festival al poseer altos componentes culturales, se encuentra dentro del tipo de turismo cultural que la ciudad tanto ofrece, el turista además busca llevar consigo un recuerdo simbólico o emblemático del destino visitado, como parte de la memoria del viaje, para ello busca directamente la compra de una artesanía.

Desarrollo del Producto Turístico “Festival de Artesanías de América”.

Durante trece años el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares – CIDAP, para el fomento y promoción de la producción artesanal de excelencia y las artes populares en el Ecuador y América, viene organizando el “Festival de Artesanías de América”, mediante la participación de expositores/as representantes de comunidades, asociaciones y talleres artesanales nacionales e internacionales.

El Festival de Artesanías de América es el mayor evento de artesanías de excelencia del Ecuador que acoge a artesanos/as de todo el país y a ganadores del Reconocimiento a la Excelencia Artesanal UNESCO a fin de impulsar la promoción y comercialización de su trabajo, así como resaltar su creatividad, ingenio y habilidad.

Se han realizado trece ediciones y se encuentra posicionado a nivel local, nacional e internacional y es un espacio que fomenta altos estándares de calidad en la producción artesanal y abre la oportunidad de entablar un trato directo entre los artesanos y los compradores resaltando el valor socio- económico de su trabajo y su aporte cultural y patrimonial.

La propuesta de valor es la diversidad de oferta y los estándares de calidad en los productos que se exponen, que se expresan desde la selección de las materias primas, el proceso de diseño, producción, innovación y creación desplegado por los y las artesanos/as participantes. Desde el año 2012, el Festival salió al espacio público, ocupando uno de los lugares más emblemáticos de la ciudad Patrimonial de Cuenca, el Barranco del Río Tomebamba, conformando un circuito ferial que tiene como su centro principal el local del CIDAP. En el año 2015 el Festival contó con la participación de 136 artesanos del Ecuador y varios países de América, a través de la presencia de los y las ganadores/as del Reconocimiento UNESCO a la Excelencia Artesanal y con la presencia en sus cuatro días de duración, de aproximadamente 150.000 visitas.

Los conceptos claves dentro de la propuesta para el Festival son la calidad y la innovación permanente, en búsqueda de la excelencia artesanal, como un concepto de superación permanente para los artesanos y el trabajo de la institucionalidad que apoya al sector.

Objetivos del producto turístico

Brindar a los/as artesanos/as un espacio para la capacitación en temas artesanales así como la comercialización de sus productos a precios justos para la apertura de relaciones comerciales futuras, a fin de apoyar la sostenibilidad de su actividad.

A través del uso del espacio público de la zona patrimonial del Barranco del río Tomebamba en Cuenca, acercar a la ciudadanía al conocimiento, disfrute y valoración de la actividad artesanal del Ecuador y los países de la región andina.

Fomentar el intercambio de experiencias entre artesanos/as y la formación de artesanos/as nacionales en proceso de aprendizaje de su actividad.

Organizar una rueda de negocios que permita realizar contacto futuros con compradores permanentes, a fin de buscar la sostenibilidad de la demanda.

Reconocer la trayectoria y legado de los/as artesanos/as emblemáticos del Ecuador, a través del Reconocimiento CIDAP a la trayectoria artesanal de toda una vida.

Establecer alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas para apoyar al fortalecimiento del sector artesanal artífice del país.

Posicionar a la ciudad de Cuenca como el polo artesanal más importante del Ecuador y uno de los referentes en Latinoamérica.

Contribuir al conocimiento y reconocimiento del valor cultural de la artesanía artífice del Ecuador.

Proceso Curatorial De Selección De Artesanos/As Participantes

Con la finalidad de cumplir con los objetivos de calidad propuestos para la realización de este Festival, el Comité de Selección conformado por expertos nacionales e internacionales, definirá los nombres de los artesanos y de las artesanas nacionales participantes, basándose en los siguientes criterios generales:

Criterios	Descripción
Concepto: Hace relación a la propuesta conceptual presente en el producto, la idea que el artesano plasma en su obra.	Identidad
	Innovación
Técnica: Se refiere a los procesos seguidos para la elaboración de los productos artesanales	Escoger materia prima correcta
	Conocimiento, ejecución y dominio de la técnica
	Uso de herramientas manuales en la mayor parte del proceso
	Terminado homogéneo en cada una de las piezas
	En uniones por soldadura, no debe haber exceso de suelda
	Armonía
	Simetría

Diseño: Integración de diversos elementos en la obra final	Equilibrio en el uso de elementos complementarios
	Estructura cromática
	Valor estético
	Calidad del producto final
Uso: Da cuenta de la utilidad que tiene el producto en sus múltiples niveles y la capacidad de adaptación a espacios como elemento decorativo	Decorativo
	Utilitario
Nivel de comercialización	Producto con posibilidad de comercialización en el mercado, de acuerdo a las tendencias del consumidor

Fuente: CIDAP,2016.

Tabla 5. Criterios de selección de artesanos que integrarán el Festival.

La participación de artesanos/as nacionales se lo realizará sobre la base de un estricto proceso de selección que aplica protocolos técnicos internacionales de evaluación de artesanía.

Informe De Postulaciones Participantes En El Festival De Artesanías 2016.

La siguiente información refleja los datos más importantes sobre la participación de artesanos al Festival 2016:



Fuente: CIDAP, 2016

Gráfico 1. Postulaciones Festival de Artesanías de América 2016 por ramas artesanales.

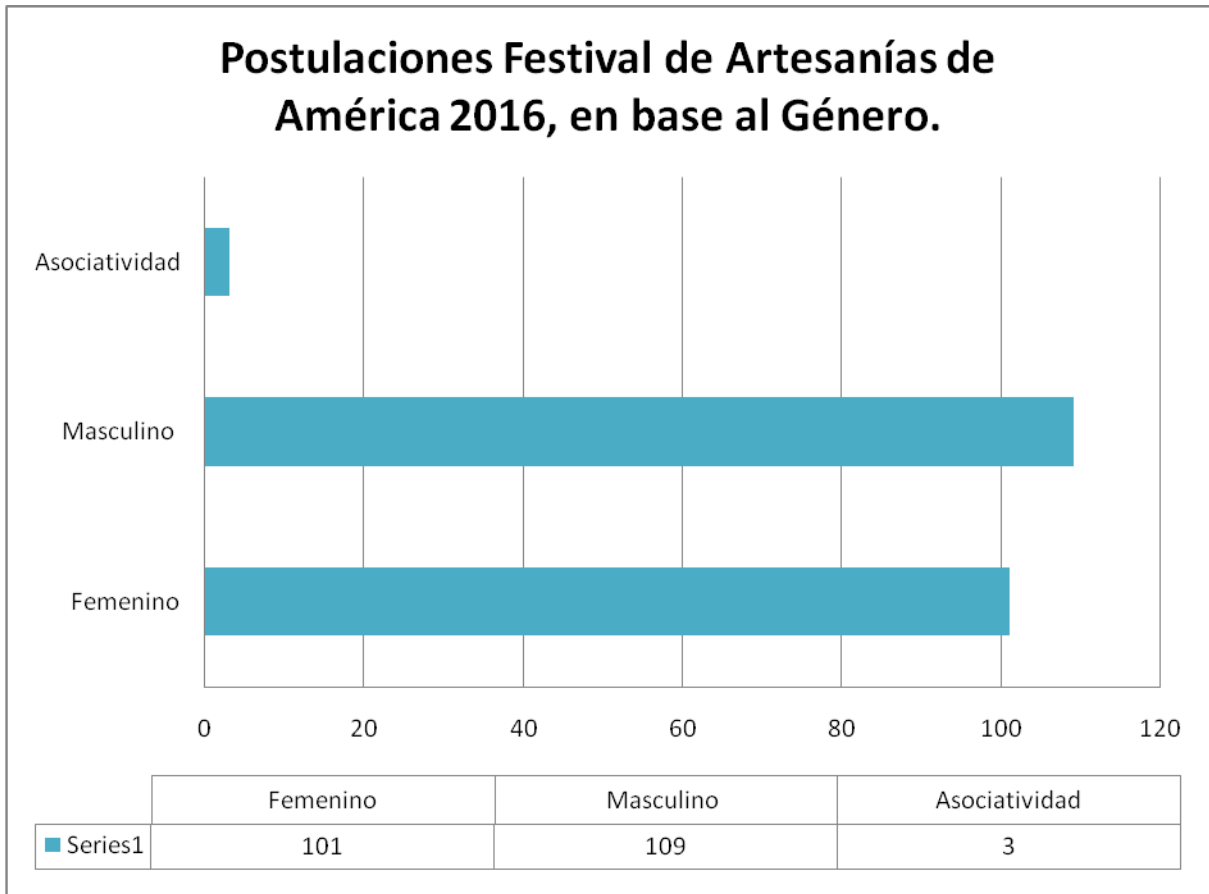
Interpretación: En el Festival de Artesanías de América 2016, se presentaron artesanos representantes de 16 ramas artesanales.



Fuente: CIDAP, 2016

Gráfico 2. Postulaciones Festival de Artesanías de América 2016 por Provincias.

Interpretación: En el Festival se han presentado artesanos representantes de 16 provincias.



Fuente: CIDAP, 2016.

Gráfico 3. Postulaciones Festival de Artesanías de América 2016 en base al género.

Interpretación: Se presentaron 101 artesanos de género femenino que representa el 47% del total de postulaciones, por otro lado se presentaron 109 artesanos de género masculino que representa el 51% del total de postulaciones y únicamente el 2% de Asociaciones que están combinadas entre los dos géneros.

Presupuesto

Presupuesto Festival de Artesanías de América

		Financiamiento Institucional					
Presupuesto Festival De Artesanías De América 2016		Min. Cultura y Patrimonio Foncultura	Min. Industrias y Productividad	IEP S	GAD de Cuenca	CI D AP	
1	Gastos De Promoción Y Publicidad	41.600,00					
1	Diseño, Imagen Y Promoción . 1 Carpetas, Folletos, invitaciones, certificados, fotografías, fundas de compras.	11.600,00	X		X		X
1	Rotulaciones . 2 Señalización, identificaciones, pasacalles, roll up, portones	4.000,00					
1	Producción Audiovisual . 3 Producción de video, fotografía y Catálogo	16.000,00	X	X			
	Promoción Y Publicidad Festival ciudad y país	10.000,00					X
2	Gastos De Logística	114.400,00					
2	Inauguración Logística y alquiler	4.500,00	X	X	X	X	X

·	de equipos y menaje: tarima,						
1	luces, sillas, amplificación						
2	Stand: 100 Puestos	60.000,00	X	X			X
·	Diseño, estructura y mobiliario						
2	(montaje, desmontaje y mantenimiento)						
2	Instalaciones Eléctricas	7.000,00					X
·							
3							
2	Seguridad	25.000,00	X	X		X	
·	Guardias, (10 guardias, turnos de						
4	24 horas) y vallas						
2	Adquisición De Insumos Menores	2.500,00					X
·							
5							
2	Limpieza Y Servicios	4.000,00					X
·							
6							
2	Alquiler De Baterías Sanitarias	3.400,00					X
·							
7							
2	Pueblos Originarios	8.000,00	X	X	X		
·							

8							
3	Rueda De Negocios	10.000,00		X		X	
4	Ciclo De Cine Sobre Artesanías Y Cultura Popular	8.000,00	X				X
5	Patrimonio Vivo Demostraciones artesanales, danzas y artistas nacionales e internacionales	20.000,00	X	X		X	X
6	Intercambio De Experiencias Y Saberes Transporte, capacitadores, hospedaje, alimentación, alquiler de locales	10.000,00	X			X	X
7	Talleres Artesanales	10.000,00	X	X		X	X
8	Exhibición Fotográfica	3.000,00	X			X	X
9	Exhibición Museal	20.000,00	X				
1 0	Investigación - Análisis Cuantitativo Y Cualitativo De Satisfacción	6.000,00		X		X	X
Total		243.000,00					

Fuente: CIDAP, 2016.

Tabla 6. Presupuesto del Festival de Artesanías de América 2016.

Financiamiento Institucional

Institución	Rubro
Ministerio de Cultura y Patrimonio FONCULTURA	\$ 75.000,00
Ministerio de Industrias y Productividad	\$ 40.000,00
Instituto de Economía Popular y Solidaria, IEPS	\$ 30.000,00
GAD de Cuenca	\$ 50.000,00
CIDAP	\$ 48.000,00
Total	\$ 243.000,00

Fuente: CIDAP,2016.

Tabla 7. Financiamiento institucional para el Festival de Artesanías de América 2016.

Beneficiarios

Beneficiarios Directos

Artesanos/as artífices ecuatorianos provenientes de asociaciones, comunidades y talleres.

Artesanos/as del Ecuador en condiciones de vulnerabilidad, participantes del Intercambio de Experiencias Artesanales.

Participación de representantes de asociaciones o comunidades de dos Pueblos Originarios.

Escuelas, institutos, asociaciones y profesionales en el ámbito de diseño.

Empresarios y compradores que participan en la Rueda de Negocios.

Investigadores, estudiantes y participantes del Ciclo Internacional de Cine sobre Artesanías y Cultura Popular y la muestra museal.

Artistas ecuatorianos, músicos, grupos de danza, entre otros 150.000 ciudadanos.

Turistas Locales, Nacionales y Extranjeros, que tendrán a su alcance todo tipo de artesanías de excelencia en un solo lugar.

Resultados Esperados

Generar un estimado de ventas directas de aproximadamente \$500.000 USD e indirectas de \$ 400.000 USD para artesanos/as del Ecuador, a través de la comercialización de productos artesanales a precios justos, en mercados nacionales e internacionales.

Mediante la Rueda de Negocios, generar a que los artesanos/as y/o comunidades, aperturen relaciones comerciales futuras con el mercado internacional a fin de apoyar la sostenibilidad de su actividad.

Incluir la participación de artesanos/as representantes de los diferentes sectores vulnerables del país.

Establecer la generación de nuevos públicos para la vinculación a las artesanías y cultura popular del Ecuador a través de la visita de turistas nacionales y extranjeros.

A través del uso del espacio público de la zona patrimonial del Barranco del río Tomebamba en Cuenca, acercar aproximadamente a 150.000 entre visitas, locales, nacionales y extranjeras al conocimiento, disfrute y valoración de la actividad artesanal del Ecuador y los países de la región.

Consolidar al Festival de Artesanías de América como el mayor producto económico cultural y turístico que posee el Ecuador.

Incrementar el nivel de ingresos en el área turística del país.

Incrementar el reconocimiento y participación de mercado del país como producto turístico a través del Festival de Artesanías de América.

Afianzar al Festival de Artesanías de América como uno de los principales productos turísticos referentes de Artesanías y Cultura Popular a nivel mundial.

Generar una convocatoria en 20 países de América, concretando la participación mínima de 10 países a través del pabellón internacional del Reconocimiento a la Excelencia Artesanal UNESCO.

Generar la participación de cadenas internacionales de medios de comunicación especializadas en industrias culturales con lo que se puede lograr el incremento de turistas internacionales interesados en el tema artesanal.

Contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de los/as artesanos/as del país a través del turismo cultura vinculado al negocio

Elementos Del Producto

Intangibles

El Festival de Artesanías de América, representa a la excelencia artesanal que posee el país, además de ser considerada a nivel nacional, como el Festival de mayor elite en donde los turistas nacionales y extranjeros podrán encontrar todo tipo de artesanías además de expresiones de cultura y tradición en un solo lugar. Por lo tanto esto representa para los turistas una alternativa interesante en cuanto a comodidad, conocimiento cultural, ancestral y un espacio de disfrute considerando este Festival como un nuevo atractivo del destino del visitante.

Tangibles

Para el visitante local, turista nacional y extranjero los elementos tangibles de mayor importancia son: artesanías, muestras museales, exposición fotográfica, que están ligado íntimamente como se explicó con la parte intangible.

Caducidad

Esto dependería del paquete turístico que tenga cada visitante, pero para visitar el recinto ferial en su totalidad el turista necesita de un día al menos, donde disfrutara tanto de elementos tangibles como intangibles, teniendo en cuenta que el Festival de Artesanías de América tiene la duración de 5 días, con diferentes actividades culturales por día.

Agregabilidad

El Festival de Artesanías de América ha mantenido un convenio con el Grupo Santa Ana, otorgando a todos los turistas que se hospeden en el Hotel Victoria por el Festival de Artesanías de América una tarifa corporativa, a mas de excursiones de talleres artesanales que a los visitantes les sea atractivo visitar.

Por lo tanto el paquete turístico está conformado de esta forma:

Tour Festival= Hospedaje + Alimentación+ Traslado A Talleres Artesanales

Heterogeneidad

La visita a los talleres artesanales será personalizada, es decir se mantendrá una política de estandarización heterogenia. Por lo tanto los turistas seleccionaran a que talleres desean visitar y se realizara grupos heterogéneos de interés.

Niveles Del Producto Turístico

Producto básico: Sabiendo que el producto básico se trata de aquello que el cliente trata de obtener en cuanto a beneficios mas no en objetos, en este sentido el Festival le permitirá al turista conocer la mayor parte de culturas, etnias, tradiciones de todo el país, además de poder adquirir alguna artesanías que guarda en si todo lo que un pueblo y una comunidad ecuatoriana representa.

Producto auxiliar: Es un producto complementario al básico, si bien el turista tiene la opción de interactuar e intercambiar vivencias, esto sujeto a la disponibilidad del turista o simplemente ser observador.

Producto aumentado: conociendo que el producto aumentado hace referencia a cómo recibe el cliente el servicio, por lo tanto hay que hablar del entorno físico, en este caso el Festival de Artesanías de América se lo realiza en un espacio emblemático de la ciudad por su belleza natural en donde el turista puede recorrer libremente disfrutando de la naturaleza, de la belleza de su río, y teniendo contacto con la cultura.

Clasificación De Los Productos

Productos de conveniencia: hace referencia a las compras no planificadas dentro de su clasificación se ha escogido a productos que se compran por impulso, debido a que los turistas no tienen una compra planificada al momento de acudir al Festival el deseo se despierta cuando

ven la artesanía o se tiene y se palpa la artesanía ese momento, dentro de estos productos se encuentran los objetos de souvenir.

Cartera De Productos

Amplitud De La Cartera

El Festival de Artesanías de América está concebido como una gran vitrina para la exposición de artesanías y todas las manifestaciones sociales y culturales que las rodean. En el marco del Festival, se genera el desarrollo de las actividades que se detallan a continuación: Rueda de Negocios. Se plantea la organización de una rueda de negocios, con el propósito de generar mecanismos de apertura de mercados nacionales e internacionales, para apoyar el desarrollo productivo y sostenible del sector artesanal del Ecuador y buscar la sostenibilidad del impacto del Festival, generando relaciones de mediano y largo plazo para los y las artesanos/as participantes, que les posibilite apuntalar la comercialización permanente de sus productos.

Para ello, se organizará una rueda de negocios a puerta cerrada, a la cual estarán invitados compradores claves que representan a grandes almacenes, ferias, galerías y otros, fundamentalmente de Estados Unidos, Europa y Asia que serán contactados en base a la red de apoyo internacional con la que cuenta el CIDAP, en coordinación con PRO ECUADOR. Esta actividad se realizará durante el primer día del Festival.

Pabellones Temáticos, Feria de Comercio

La feria de Comercio busca brindar a los/as artesanos/as un espacio para la comercialización de los productos de excelencia artesanal, mismo que han pasado por un proceso curatorial conformado por un jurado internacional y nacional, generando la apertura de relaciones comerciales a fin de apoyar la sostenibilidad del sector artesanal del país.

Pabellón Nacional

La participación y exposición se realizará a través de pabellones temáticos que organicen la participación. Para esta edición se prevé seleccionar a cerca de 80 artesanos/as nacionales, ganadores que han sido sometidos a un proceso de selección técnica, así como elementos de inclusión, como género, etnia, producción asociativa, región, territorio y capacidades.

Pabellón Internacional UNESCO

El pabellón lo conformarán artesanos/as internacionales que cuenten con un Reconocimiento de Excelencia UNESCO o un premio artesanal de los diferentes países y se motivará su participación a través de varias estrategias de trabajo, entre ellas los recorridos artesanales por el país que realiza el CIDAP, los contactos y redes con las diferentes instituciones de apoyo y auspiciantes del evento a nivel nacional e internacional, la convocatoria y el seguimiento permanente.

Intercambio de Experiencias Artesanales

El Festival de Artesanías de América, ha institucionalizado la realización de un intercambio de experiencias con artesanos/as artífices de diferentes provincias del país, como un proceso de capacitación inclusivo que permite:

Generar pedagogía sobre la calidad y la excelencia impartida por los mismos artesanos/as participantes y de esta manera crear lazos y una red recíproca de conocimientos.

Fortalecer los procesos artesanales de los/las artesanos del Ecuador, generando un espacio de transferencia del conocimiento y capacitación entre artesanos expositores del Festival tanto nacionales como internacionales y los miembros del grupo a capacitarse.

Es el espacio para invitar a otros artesanos, que no participan como exponentes en el Festival, pero que se enriquecerán enormemente con la observación de la producción de calidad de otros artesanos así como de sus conocimientos, creatividad, técnicas y saberes.

En este espacio participarán aproximadamente 40 artesanos/as de todo el país, cuya presencia se financia con el auspicio y gestión de diversas instituciones, a fin de brindar un apoyo al desarrollo de los artesanos/as artífices del Ecuador.

Exhibición Museal

El CIDAP, posee una de las más importantes Reserva de Artesanías de América, Debido al éxito y acogida de esta actividad en años pasados, para la edición 2016 del Festival, se crea la posibilidad de la puesta en valor de dicha Reserva, muestra que en esta ocasión contemple una muestra vinculada al tema central del Festival por un lado y que además contenga una retrospectiva de los Reconocimientos UNESCO otorgados en ediciones anteriores a los países andinos, del Cono sur y del Caribe Anglófono, como de otras regiones del mundo, para el deleite y valoración del público visitante que contemplará piezas únicas, no vistas antes en el país.

Actividad que busca apoyar la generación de conocimiento sobre los temas de artesanía, cultura e identidad, mediante la puesta en valor de la Reserva de Artesanías de América y promover la valoración del quehacer artesanal y su aporte a la riqueza socio-económica del país.

Espacios y manifestaciones de Patrimonio Vivo

Se constituye como un espacio que busca promover, revitalizar y salvaguardar los conocimientos vinculados a las técnicas artesanales tradicionales manifestadas en las diversas expresiones de las culturas populares del país. Como en ediciones anteriores, se abrirán numerosos espacios tanto con actividades artísticas como culturales durante los días de duración del Festival.

Demostraciones artesanales en vivo.

Danzas tradicionales y contemporáneas de las diferentes regiones del Ecuador y del extranjero

Demostraciones en vivo de la producción artesanal por parte de los artesanos/as participantes.

Narraciones, cuentos populares y oralidad

Lanzamiento de publicaciones vinculadas al tema artesanal y sus expresiones culturales vivas.

Exposición fotográfica y de videos sobre las imágenes artesanales del Ecuador y América

Pabellón de Pueblos Originarios.

Este pabellón busca fortalecer al sector artesanal de los pueblos originarios del Ecuador con enfoque en las capacidades productivas con identidad cultural, mejoramiento en la calidad de la producción como un concepto inclusivo que mira las artesanías como parte del patrimonio cultural material, inmaterial del país.

País invitado

Por medio de este espacio un determinado país ofrece la inmensa riqueza de su tradición cultural y sus valores productivos en la artesanía

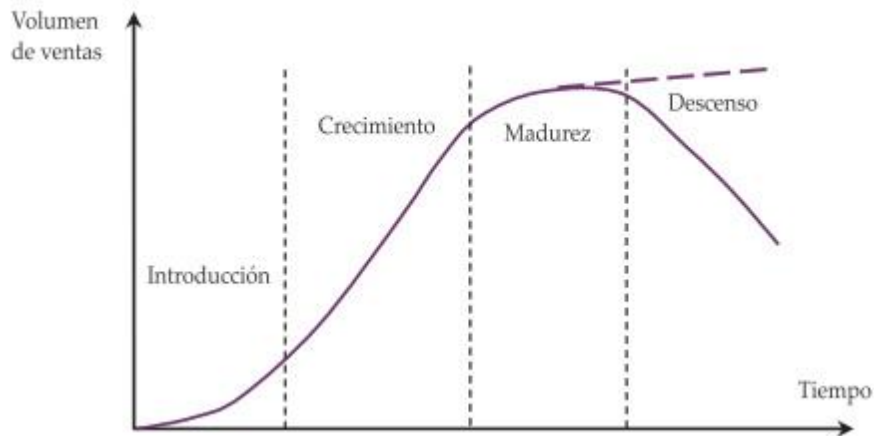
Exhibición Fotográfica

El CIDAP cuenta con una de las más valiosas colecciones ligadas a artesanía en todo el mundo, el festival se constituye en el espacio que posibilita la puesta en valor de bienes de singular importancia

Ciclo Internacional de Cine sobre artesanías y cultura popular

Es una actividad que tiene como objetivo el acercamiento de diversos públicos a las manifestaciones artesanales y culturales de los pueblos de América y dinamizar al sector cinematográfico nacional e internacional a través de un espacio alternativo destinado a la difusión de producciones audiovisuales documentales, cortos y largometrajes sobre artesanía y cultura popular. En el año 2014 se abrió por primera vez un Ciclo Internacional de Cine sobre Artesanía y Cultura Popular, que enriqueció la oferta de servicios del Festival y que tuvo gran asistencia de la ciudadanía y estudiantes. Por esta razón la edición 2016 contempla la realización en la semana previa al Festival, de un nuevo ciclo de cine que amplíe su cobertura y oferta visual

Ciclo de Vida del Producto



Fuente. Administración y Dirección de empresas. UDIMA, 2016.

Imagen 30. Ciclo de vida del producto turístico.

Después de realizar un análisis comparativo entre el tiempo y volumen de ventas, se ha determinado que el Festival de Artesanías de América se encuentra en la fase de crecimiento debido a que el Festival está logrando maximizar su cuota de mercado durante los últimos cuatro años que ha salido al espacio público, lo que contribuye a incrementar el grado de fidelización de los turistas así como penetración creciente en el mercado.

CAPÍTULO 4

4. Propuesta De Promoción Para El Festival De Artesanías De América

4.1 Plan de promoción turístico.

Objetivo General: Incrementar el deseo de visita del turista nacional y extranjero a la ciudad de Cuenca para visitar el Festival de Artesanías de América.

Objetivos Específicos:

Diversificar la promoción en base al estudio de mercado realizado.

Fidelizar nuevos clientes a través de las actividades de promoción turística.

Obtener mayor reconocimiento y participación de mercado del producto turístico.

Marketing Mix

Producto: El producto turístico se encuentra descrito en el capítulo anterior

Precio: El Festival de Artesanías de América, no tiene precio de entrada, es decir los turistas nacionales y extranjeros podrán disfrutar de las artesanías y de las demostraciones en vivo de la cultura y tradición del país gratuitamente.

No obstante al hablar del precio de las artesanías éstas pueden llegar a costar según las siguientes ramas artesanales:

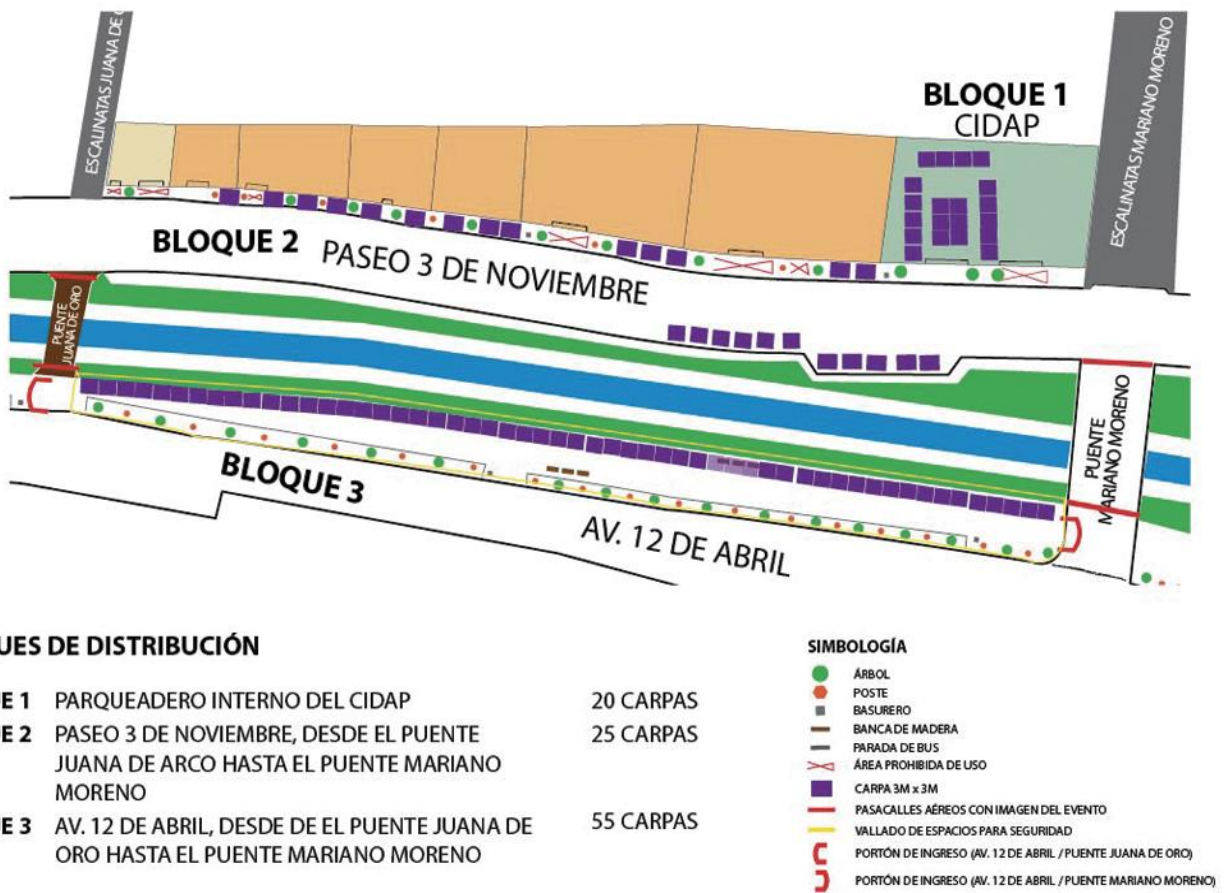
Alfarería y Cerámica	Desde \$2,00 hasta \$500,00 dólares
Cerería	Desde \$8,00 hasta \$60,00 dólares
Cuero	Desde \$3,00 hasta \$700,00 dólares
Material Orgánico	Desde \$10,00 hasta \$50,00 dólares
Madera y frutos vegetales	Desde \$3,00 hasta \$80,00 dólares
Marmolería y cantería	Desde \$15,00 hasta \$50,00 dólares
Masapan y Porcelanicrón	Desde \$4,00 hasta \$50,00 dólares
Metalistería:	
Forja y Chatarra, joyería y orfebrería	Desde \$3,00 hasta \$2000,00 dólares
Artesanía Urbana	Desde \$10,00 hasta \$200,00 dólares
Pintura Popular	Desde \$12,00 hasta \$100,00 dólares
Tejeduría:	
Textiles y bordados	Desde \$8,00 hasta \$1000,00 dólares
Fibras Naturales	Desde \$5,00 hasta \$1000,00 dólares

Plaza

Recinto Ferial

Estará comprendido desde el Puente Mariano Moreno hasta el Puente Juana de Oro tanto en la 12 de Abril cuanto en la Paseo Tres de Noviembre.

El lugar donde el turista va a adquirir el producto o el servicio se encuentra en el Barranco del Río Tomebamba, a continuación se presentara el mapa del recinto ferial.



Fuente: CIDAP,2015.

Imagen 31. Mapa Recinto Ferial.

Promoción

Como se indicó anteriormente la publicidad debe hacerse diferenciada para cada tipo de consumidor, en este caso a las personas jubiladas o pensionistas se les presentara un Festival lleno de cultura y lo más importante el componente natural. A los turistas de mediana edad que aún mantengan vida laboral, se les ofertara un lugar en donde puedan hacer negocios así como disfrutar de un ambiente cultural, de tradición y de intercambio de experiencias. A los turistas de mediana edad que tengan hijos de 0 a 12 años, es la oportunidad de adquirir juguetes artesanales que en ninguna otra parte del mundo podrán conseguir, este es el enfoque de publicidad para ellos. Al público local, nacional e internacional que guste de coleccionar artesanías, como vehículos clásicos, textiles, cruces, nacimientos, instrumentos musicales, juguetes artesanales, figuras de cerámica, artículos de souvenir, entre otros se orientara otro tipo de publicidad.

Elementos publicitarios

ATL (above the line)



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 32. Tríptico Ciclo Internacional de Cine.

Modelo Folleto (21cm X 21cm):



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 33. Folleto Ciclo Internacional de Cine

Vallas Publicitarias



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 34. Valla Publicitaria Festival.

Hoja Volante



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 35. Hoja Volante Festival.

Credenciales



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 36. Credenciales artesanos participantes del Festival.

Lona identitaria de cada stand



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 37. Lona identitaria de cada stand.

Fotografías Impresas



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 38. Fotografías Impresas para stands de pueblos originarios.

Backing festival



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 39. Backing.

Afiche del Festival



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 40. Afiche del Festival.

Los afiches y hojas volantes serán entregados a nivel nacional en los aeropuertos, agencias y operadores de turismo, puntos de información turística como ITUR, Fundación Municipal Turismo para Cuenca y Quito Turismo, entre otras.

Pasacalles Festival



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 41. Pasacalle.

Portón de ingreso y salida



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 42. Portón de ingreso y de salida

Salvoconductos



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 43. Salvoconductos.

Lona Pabellón Internacional



Fuente: CIDAP, 2015

Imagen 44. Lona Pabellón Internacional.

Pantallas LED en aeropuertos



Fuente: Revista de Domótica, 2011.

Imagen 45. Pantallas LED en aeropuertos.

Cuñas radiales y ruedas de prensa



Fuente: Revista de Domótica, 2011.

Imagen 46. Cuñas radiales y ruedas de prensa.

BTL (Below the line)

Debido a que este tipo de técnicas son altamente atractivas y son las que pueden atraer un mayor número de turistas, ya que son conocidas como las técnicas de publicidad no tradicionales. En este caso como tácticas de promoción se realizará convenios con las Oficinas Comerciales de Pro Ecuador (OCES) de los países en donde en base al estudio de mercado, se encuentra el mayor porcentaje de turistas que han visitado y están interesados por el país. En estos convenios se realizarán eventos vinculados a cultura, tradición y artesanías en donde se expondrán las artesanías de mayor relevancia a nivel internacional así como danzas, bailes y demostraciones en vivo de la cultura e identidad del país.

Se colocarán en las plazas o centros comerciales más importantes y más visitados de los países objetivos islas de información en convenio con agencias de viajes, con monitores con los cuales el posible turista podrá interactuar, al ver videos del país, en donde se mostrará con mayor énfasis al Festival de Artesanías de América con todos los elementos que lo componen y en ese mismo momento podrán separar sus tickets aéreos o tour completos.



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 47. Patrimonio Vivo 1.



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 48. Patrimonio Vivo 2. 1



Fuente: CIDAP, 2015.



Fuente: CIDAP, 2015.



Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 49. Patrimonio Vivo 3. Imagen 50. Patrimonio Vivo 4. Imagen 51. Patrimonio Vivo 5.

Publicidad digital

Redes sociales

Facebook

Twitter

Pinterest

Instagram

Email masivo

Buscadores como google

Posicionamiento

El posicionamiento deseado es el de un Festival de Artesanías de élite en donde la percepción del turista sea comodidad ya que podrá encontrar de todo en un solo lugar y además podrá encontrar la mejor calidad y excelencia en artesanías y en presentaciones artísticas.

4.2 Desarrollo de alianzas estratégicas a nivel público y privado.

Objetivo General

Desarrollar un Plan de Autogestión para la generación de alianzas estratégicas a nivel público y privado para la obtención de recursos económicos que servirá para la ejecución del Festival de Artesanías de América 2016.

Presentación De Propuesta

Tipo de publicidad

Al ser vista la Empresa o Institución en un evento que sustenta el pilar fundamental de la matriz productiva artesanal, al brindarles apoyo a alrededor de 120 familias de artesanos provenientes de todo el país y de toda América, al brindar auspicio a este evento que está vinculado a responsabilidad social, la Empresa o Institución que auspicie este proyecto, generaría mayor participación de mercado y lo más importante sería recordada por esta iniciativa que captaría al mercado de personas que admiran labores de apoyo a sectores desprotegidos, es decir la publicidad apuntalaría a llamar la parte afectiva de las personas, lo cual según estudios actúa como creadora, moderadora y mediadora a la hora de elegir el punto de venta del bien y/o servicio.

Indicadores de Visitas

Ratio de visitas: 250.000, comprendido por visitantes locales, turistas nacionales, extranjeros residentes y turistas extranjeros. Al momento de acuerdo a varios estudios relacionados a poder adquisitivo, gustos y preferencias, el público objetivo más interesado en la artesanía o en artículos relacionados a diversas culturas, historia y talento artesanal, es el comprendido por extranjeros residentes en la ciudad o turistas extranjeros que viajan en la fecha que se realiza el Festival, pues este está posicionado a nivel nacional como el mejor Festival de Artesanías de América.

Ratio de visitas de extranjeros residentes en la ciudad: extranjeros estadounidense que viven de forma permanente en la ciudad de Cuenca, es de 8.000 habitantes estadounidenses, cabe señalar que junto a europeos y canadienses sobrepasan los 12.000 residentes extranjeros. Según fuente del Ministerio de Relaciones Exteriores, por lo tanto, como institución podemos garantizar la presencia de este primer público objetivo.

Ratio de difusión: Está comprobado que la difusión de la publicidad o anuncio publicitario, una persona lo puede transmitir a siete personas más.

Ratio de exposición de la marca: La exposición de marca (Empresa y/o Institución) empieza un mes antes de la inauguración del Festival, por lo tanto esto incrementa el reconocimiento de marca, además en base al circuito que tiene el Festival, cuando un visitante realiza el recorrido, este puede visualizar el logotipo de la marca alrededor de

siete a ocho veces, de acuerdo a cada elemento comunicacional que se encontrarán en el circuito.

Ratio de visitas de turistas nacionales y extranjeros: En base a la información recaudada del Ministerio de Turismo, el año anterior ingresaron en el mes de noviembre 15.000 turistas extranjeros al país y a la ciudad de Cuenca entre 7.000 turistas entre nacionales y extranjeros. Lo que comprendería también parte del público objetivo a ser captado.

Público objetivo latente de la Provincia del Azuay: Población económicamente activa 224.342.

Visitas a través de la página web: Diariamente la página es visitada por alrededor de 3.000 personas de todo del mundo.

Ratio de engagement en facebook: El facebook consigue alrededor de 4700 personas que interactúan con la red social por semana.

Actividades Del Plan Acción

Calificación de empresas idóneas para el festival.

Generar llamadas y visitas con oficios del CIDAP para entregas según el cronograma indicado.

Generar un plan de seguimiento a todas las visitas y oficios entregados, según el cronograma indicado.

CRONOGRAMA DE VISITAS PROGRAMADAS A LAS EMPRESAS										RESULTADOS		PATROCINIO
N	NOMBRE DE LA EMPRESA	MESES								SI/NO	MONTO	
		ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMB	OCTUBRI				
1	HIDROPAUTE S. A.	■										
2	ALMACENES JUAN ELJURI C. LTDA.	■										
3	INDURAMA S. A.	■										
4	CARTOPEL S. A.	■										
5	IMPORTADORA TOMBAMBA S. A.	■										
6	COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL CAUCHO S. A. ERCO	■										
7	GERARDO ORTIZ C. LTDA.	■										
8	MARCIMEX S. A.	■										
9	EERCS C. A.	■	■									
10	CARTORAMA S. A.	■	■									
11	GRAIMAN CIA. LTDA.	■	■									
12	DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS JUAN CARLOS CRESPO CIA. LTDA.	■	■									
13	MIRASOL S. A.	■	■									
14	IMPOCOMIAHER CIA. LTDA.	■	■									
15	IMPORTADORA COMERCIAL EL HIERRO C. LTDA.	■	■									
16	LAS FRAGANCIAS CIA. LTDA.	■	■									
17	COMPAÑÍA ANONIMA ECUATORIANA DE CERAMICA	■	■									
18	LAMINADOS Y TEXTILES LAMITEX S. A.	■	■									
19	ELECTRO GENERADORA DEL AUSTRO ELECAUSTRO S. A.	■	■									
20	FOPECA S. A.	■	■									
21	ADHEPLAST C. A.	■	■									
22	CORPORACION ECUATORIANA DE LICORES Y ALIMENTOS S. A. CELIASA	■	■									
23	TUBERIA GALVANIZADA ECUATORIANA S. A.	■	■									
24	DESTILERIA ZHUMIR C. LTDA.	■	■									
25	MOLINO Y PASTIFICIO ECUADOR S. A. MOPASA	■	■									
26	COMERCIAL SALVADOR PACHECO MORA S. A.	■	■									
27	COMERCIALIZADORA JUAN CARLOS ESPINOZA VINTIMILLA CIA. LTDA.	■	■									
28	CERAMICA RIALTO S. A.	■	■									
29	KERAMIKOS S. A.	■	■									
30	ITALPISOS S. A.	■	■									
31	NATIONAL SALES CIA. LTDA.	■	■									
32	COLINEAL CORPORATION CIA. LTDA.	■	■									
33	INDUSTRIA DE ALIMENTOS LA EUROPEA CIA. LTDA.	■	■									
34	PLANTACIONES MALIMA CIA. LTDA.	■	■									
35	EMBOTELLADORA AZUAYA S. A. EASA	■	■									
36	TECNICENTRO DEL AUSTRO S. A. TEDASA	■	■									
37	DISTRIBUIDORA JOSE VERDEZOTO CIA. LTDA.	■	■									
38	PLASTICOS DEL SUR S. A. PLASTISURSA	■	■									
39	AZUERO & ASOCIADOS CIA. LTDA.	■	■									
40	FIBROACERO S. A.	■	■									
41	COMPAÑÍA AGRICOLA PALACIOS CIAEGPA CIA. LTDA.	■	■									
42	MIRACOM CIA. LTDA.	■	■									
43	FLORES DEL VALLE FLODELVA CIA. LTDA.	■	■									
44	IMPORTADORA COMERCIAL LARTIZCO C. LTDA.	■	■									
45	MONSALVE MORENO CIA. LTDA.	■	■									
46	COMERCIAL Y COMISARIATO ECONOMICO COMYCOMEC CIA. LTDA.	■	■									
47	PLASTICOS RIVAL CIA. LTDA.	■	■									
48	COMPAÑÍA DE ECONOMIA MIXTA AUSTROGAS	■	■									
49	SERVISALAZAR CIA. LTDA.	■	■									
50	ORTIZ Y JACOME DE COMERCIO CIA. LTDA.	■	■									

Fuente: CIDAP, 2015.

Imagen 52. Cronograma de llamadas y citas con empresas para patrocinio.

Paquetes publicitarios

Presentamos los servicios y paquetes publicitarios, especificando los elementos comunicacionales y su costo (ver Elementos Comunicacionales Referencia Anexo #1).

Paquete Afianzador:

Afiche A3.

Hoja volante A5.

Costo: \$3.000,00

Paquete Básico: Presencia exclusiva en elementos promocionales básicos.

Afiche A3.

Hoja volante A5.

Carpetas del evento.

Folleto informativo.

Costo: \$5.000,00

Paquete Premium: Presencia en elementos promocionales más visibles por los asistentes a los espacios de la Festival.

Paquete Básico más:

Backing.

Portón de ingreso.

Costo: \$7.000,00

Paquete Golden: Presencia en elementos promocionales con mayor impacto en la ciudad de Cuenca.

Paquete Premium más:

Video comunicacional: Imagen de isologo

Presencia en rueda de prensa

Credenciales de asistentes y organizadores.

Costo: \$10.000,00

Paquete Platinum: Presencia en la totalidad de los elementos promocionales que se contará en el Festival.

Paquete Golden más:

Roll up del evento.

Banderines en 100 carpas situadas a lo largo de 300m en la avenida más importantes de la ciudad.

Pasacalles; ubicados en los puentes Mariano Moreno y Juan de Oro.

Presencia del representante en la noche de inauguración.

Costo: \$15.000,00

Paquete Bolsos De Compras: Además de la presencia en los elementos del Paquete Golden se estará como auspiciante único y directo de los 10.000 bolsos de compras que se fabricarán en tela cambrela en dos tamaños. Éstas serán entregadas junto con cada compra que se realice en cualquier stand de la Festival de Comercio de Artesanías.

Costo: \$8.176,00 (\$7.300 + IVA)

Requerimientos:

Carpas para los Artesanos: La Festival se realiza en los exteriores del CIDAP y en la margen del río Tomebamba denominado El Barranco, en los dos espacios se emplazan 100 carpas de color

blanco para 100 stand, estas carpas serán usadas todos los años y en todos los Festivales (en función de la vida útil y el material elaborado), en las cuales se perdura y personalizará la marca de su empresa patrocinadora.

Costo: \$30.000,00

Seguridad: Todas las artesanías que se exhiben en los 100 stands, requieren de Seguridad por lo que se contrata con una empresa,

Costo: \$18.000,00

Noche Cuencana: En las noches está previsto la realización de un evento musical con artistas en vivo, quema de castillos y bailes folclóricos; que darán realce al Festival.

Costo: \$5.000,00

Hospedaje de Delegaciones Internacionales: Además de los Delegados de países latinoamericanos invitados se cuenta con la participación del primer país fuera del continente americano, puede ser un país de cualquier parte del mundo, el país invitado con una valiosa muestra museable de piezas tradicionales y actividades culturales.

Costo: \$10.000,00

Pasajes: Para cubrir la asistencia de los Delegados Internacionales y Nacionales, en las cuales se personalizará la marca de su empresa. Lan Incluir

Costo: \$5.000,00

Modelo De Oficio

Señores Atención: xxx

De mis consideraciones:

Luego de un afectuoso saludo, por medio del presente doy a conocer a su persona que el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares –CIDAP- organiza la décima cuarta edición del Festival De Artesanías De América, a desarrollarse del 01 al 05 de noviembre del 2016.

El Festival de Artesanías de América es una plataforma para la promoción y comercialización de artesanías y elementos de cultura popular creados en base a altos estándares de excelencia/calidad por parte de artesanos/as artífices de comunidades, asociaciones y talleres artesanales nacionales e internacionales, que cuenta con el aval de UNESCO; constituyéndose en el mayor evento de artesanías del Ecuador y uno de los de mayor relevancia en América.

Con el objetivo de involucrar los distintos actores de nuestra sociedad, a partir de ésta edición consideramos fundamental el apoyo de las empresas más reconocidas del País mediante el auspicio económico y presencia de su marca en las distintas actividades comerciales y culturales que componen este magno evento.

Las cifras del Festival en el año 2015 indican la visita de aproximadamente 250 mil personas y un movimiento económico en ventas directas y posventas de alrededor de \$700.000,00

Confianza en su constante vinculación hacia la responsabilidad social y promoción de espacios culturales, esperamos contar con su respuesta en favor a esta propuesta, la misma que se adjunta el presente documento.

Profundamente agradecidos,

Dr. Juan Pablo Serrano Neira

Director Ejecutivo

Este mismo procedimiento se realizará con organismos públicos, al momento se constan de los siguientes convenios con instituciones públicas y privadas:

Ministerio de Cultura.

Ministerio de Industrias y Productividad. (MIPRO)

Instituto de promoción de exportaciones e inversiones. (Pro Ecuador)

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
(UNESCO)

Organización de los Estados Americanos. (OEA)

Ilustre Municipalidad de Cuenca.

Copa Airlines

Grupo Santa Ana. (Hotel Victoria)

Hotel Zahir.

Instituto de Economía Popular y Solidaria. (IEPS)

Consejo Nacional de las Culturas y las Artes del Gobierno de Chile.

Artesanías de Colombia

Dirección Nacional de Artesanías de Uruguay. (Dinapyme)

Embajada de Japón.

CONCLUSIONES

En conclusión esta tesis realza el valor del turismo cultural vinculado al turismo artesanal, a través de integrar al Festival de Artesanías de América como un producto turístico.

Se ha desarrollado también un espacio en el cual, los visitantes puedan disfrutar de la cultura Ecuatoriana, al observar demostraciones artísticas, en cuanto a música, danza y talento artesanal y la compra de artesanía de toda rama en un solo lugar.

El Festival de Artesanías de América, incrementara el reconocimiento del país a nivel nacional e internacional como un espacio de atracción turística enfocado a la artesanía.

BIBLIOGRAFÍA

- Archivos del Departamento de Promoción del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares-CIDAP.
- RAYA, José M. (2007) Turismo, Hotelería y Restaurantes: Lexus Editores, Barcelona.
- ULLAURI, Narcisa. (2009) El Entorno del Turismo Ecuatoriano.
- Artesanías: Ferias Comerciales Internacionales, (2001) UNESCO
- CUBI, Pablo. (1994) Artesanías del Ecuador: Dineedicones, Quito.
- Reconocimiento de Excelencia de la UNESCO para Productos Artesanales del Mercosur, (2012) Oficina Regional de Ciencia para América Latina y el Caribe, Sector Cultura Representante de la UNESCO ante el MERCOSUR
- PITAS, Edgar & Meier, Peter. (1985) Artesanías y Modernización en el Ecuador, CONADE-Banco Central del Ecuador, Quito.
- ALBARRACIN Marlene, RODAS Elizabeth. (2011) Sistematización para la realización de la feria Artesanal del CIDAP, Cuadernos de Cultura Popular N°26, CIDAP, Cuenca.
- Catálogo de Ferias Artesanales. (1998) IADAP
- www.cidap.gob.ec
- www.proecuador.gob.ec
- www.cuenca.com.ec
- www.turismo.gob.ec

ANEXOS

Diseño de Tesis Aprobada



Fuente. Universidad del Azuay. 2015.

Imagen 53. Oficio de aprobación de Diseño de Tesis.

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE TURISMO

DATOS GENERALES

Nombre del estudiante: Daniela Cordero Serrano

1.1.1 Código: 11838

1.1.2 Contacto: Teléfono: 0987349351

1.1.3. Correo electrónico: danielacorderos@hotmail.com

1.2 Director sugerido: Contacto: Máster Ronald Chaca

1.2.1 Contacto: 0984602251

1.2.3 Tribunal designado:

1.4 Aprobación:

1.5 Línea de investigación de la carrera:

1.5.1 Código UNESCO:5101.14

1.5.2 Tipo de Trabajo:

a) La línea de investigación se encuentra dentro del área del conocimiento de Antropología (51); el área de investigación es Antropología Cultural (5101.14); y las líneas de investigación son Tradición.

b) Este trabajo Corresponde a un Proyecto Integrador

1.6 Área de estudio: Antropología

Titulo propuesto

“Festival de Artesanías de América como Producto Turístico para la Ciudad de Cuenca”

1.8 Estado del proyecto: Continuación e integrador

CONTENIDO

Motivación de la investigación

La principal motivación es analizar la situación actual de la artesanías como un potencial turístico, siendo una necesidad el posicionar a la artesanía como un producto mediante un Festival, que ofrece al turismo local, nacional e internacional esparcimiento cultural y a un nuevo componente económico que es el resultado del turismo de compras y de eventos.

2.2 Problemática:

La ciudad de Cuenca es catalogada como una de las principales ciudades del Ecuador para realizar turismo, por sus múltiples atractivos naturales y culturales, en ese sentido Cuenca cuenta con la más importante Feria de excelencia Artesanal, denominada Festival de Artesanías de América, que cumple con todas las expectativas que el turista busca al momento de comprar artesanías, sin embargo se busca la necesidad de convertir dicho festival en un producto que complemente lo manejado por las distintas instituciones , ya que el Festival tiene una duración de cinco días en los cuales los visitantes tienen opciones de compras de elementos artesanales

únicos y de excelencia, degustar de gastronomía típica y de eventos culturales que dan fe del folklor ecuatoriano como las danzas y música que acompañan a este magno evento y que debe estar conectado a la oferta turística de la ciudad de Cuenca.

2.3 Preguntas de investigación

¿Es necesario que Cuenca tenga un espacio cultural que abarque compras y difusión del folklore del país?

¿Cuál es la importancia que tiene los eventos artesanales en la ciudad de Cuenca?

¿Cuáles son las necesidades de posicionar a la artesanía dentro del ámbito turístico?

¿Con que productos turísticos cuenta la ciudad de Cuenca?

¿Cuáles son los beneficios que se brinda a la ciudad de Cuenca con un producto turístico referente a la artesanía?

2.4. Resumen

El Festival de Artesanías de América es el mayor evento de artesanías de excelencia del Ecuador que acoge a artesanos del país y a nivel internacional; con el fin de resaltar su creatividad, ingenio y habilidad abriendo canales de comercialización directa y a la vez fomentando un espacio de turismo para la ciudad.

Cuenca al ser un destino turístico de renombre requiere de estos espacios apropiados para que el turista pueda deleitarse de manifestaciones culturales y a su vez tener facilidad de comprar productos artesanales de excelencia, siendo la muestra viviente de la cultura ecuatoriana.

2.5. Estado del Arte

El Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares , CIDAP, es un organismo público orientado a impulsar y valorar las Artesanías y la Cultura Popular de Ecuador y América , fue creado por la Organización de Estados Americanos y el Gobierno del Ecuador en el año 1975, con sede en la ciudad de Cuenca- Ecuador. Para el CIDAP el ser humano es la esencia de los procesos de la producción artesanal. Por esta razón, trabaja en función del mejoramiento de las condiciones de vida de los artesanos y artesanas artífices del Ecuador y América. El CIDAP fomenta los procesos de creación y producción de las artesanías y las promueve como la expansión de las capacidades humanas, tanto de quien las produce como de quien las consume.

Durante 12 años el Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, viene organizando el “Festival de Artesanías de América”, mediante la participación de expositores representantes de comunidades, asociaciones y talleres artesanales a más de invitados del extranjero. El Festival posibilita además acercar a la población a la producción artesanal, generando un importante espacio para la promoción turística.

Artesanías: Claudio malo afirma: “Que el siglo XXI es o será el siglo de la Diversidad” porque se espera un cambio de actitud y de valoración de la identidad de los pueblo. (*Malo González, Claudio. Artesanías, lo útil y lo bello, coedición CIDAP y Universidad del Azuay, 2008, p.7*)

Daniel Rubín de la Borbolla define desde el punto de vista antropológico el arte popular y la artesanía en los siguientes términos:

“el universo de las artes populares como aquella producción artística que elabora el hombre para resolver necesidades materiales, espirituales, ceremoniales y recreativas del vivir diario individual y colectivo... Para una mayor comprensión diremos que la denominación de ‘Artes Populares’ se usa aquí en sustitución de Artesanías, ya que esta última comprende las diferentes especialidades de una producción global cuyo término es “Arte Popular”. *Rubín de la Borbolla, Daniel. “ El Mundo de las Artesanías” en boletín de información N°. 4 Cuenca: CIDAP, septiembre-diciembre, 1976,p.p 14-15.*

Daniel Rubín de la Borbolla señala como cualidades más importante de las artesanías las siguientes utilidades: utilidad, irremplazabilidad; es autosuficiente, auto desarrollable, autorrenovable, auto educativa, comunicable, funcional, creativa, tradicional; mantiene la cohesión familiar y la cohesión cultural artesanal.

Dicho Festival debe estar incorporado en el sistema turístico de Cuenca como producto al ser un importante atractivo durante las festividades del mes de noviembre. En este sentido incorporar esta actividad cultural al sistema turístico de Cuenca será una opción importante para el turista ya que es una alternativa de compras y esparcimiento de tradiciones nacionales por lo tanto el Festival de Artesanías de América puede ser considerado como un producto turístico.

El concepto de "producto turístico" es fundamental para la gestión en todos los sectores e instituciones que van a formar parte del "sistema turístico" (*Smith, 1994*),y según, *Nybert, 1995*, tiene una importante implicación para el marketing de las empresas del sector en general, y las

oficinas nacionales y regionales de turismo.

Pero además, es de gran relevancia para la planificación y desarrollo de los aspectos sociales de los lugares, a los que llegan los turistas (*Pearce, 2000*) y para la "factibilidad" de los estudios que se realicen (*Spotts, 1997*).

En última instancia el producto es todo aquello que contribuye a la satisfacción de los clientes o consumidores; por tanto, lo que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse mediante el consumo de ese producto, cuya utilidad depende de su Capacidad para satisfacer una necesidad.

Luego, uno de los objetivos principales del "sistema turístico" debe ser la creación de mercados y proveer satisfacciones a partir del producto afirmación que fundamentan Baker y Crompton, 2000. Siendo el término "*producto genérico*" referido a la utilidad conceptual producida por una industria determinada y en el caso del turismo, la función del "*producto genérico*" es la facilitación del viaje y toda la actividad que desarrollan los individuos lejos de su entorno habitual.

2.6. Objetivo General

Diseñar el Festival de Artesanías de América como un producto turístico para Cuenca.

2.6 Objetivos específicos

2.6.1 Realizar un diagnóstico situacional del CIDAP y su propuesta del Festival de Artesanías de América.

2.6.2 Diseñar el producto Festival de Artesanías de América con una perspectiva turística.

2.6.3 Plan de Promoción para el producto turístico

2.6.4 Proponer un programa turístico como oferta complementaria del Festival de Artesanías de América

2.7 Metodología

La metodología a utilizar será investigativa descriptiva y cualitativa, las mismas que se desarrollarán según los objetivos establecidos; en el caso de la descriptiva se perseguirá describir los sucesos como es la valoración del turista a las artesanías en cuanto a la cualitativa se basará en entrevistas abiertas.

2.8 Alcances y resultados esperados

Al finalizar la investigación se espera:

Lograr que se posea el Festival como un producto turístico, creando un incremento en la promoción artesanal del país, y ampliando la oferta cultural para la visitación en Cuenca.

2.9 Supuestos y riesgos

Dentro de los principales factores que podrían afectar el desarrollo óptimo del Festival. Podemos mencionar los siguientes:

El cambio de autoridades locales.

Las políticas del estado frente al tema cultura.

El presupuesto del estado y la asignación de rubros para las actividades culturales.

El factor clima es un riesgo para el Festival

2.10 Presupuesto

Denominación	Costo	Justificación
Transporte	150,00	Visita a los artesanos entrevistados.
Materiales	250,00	Realizar Tesis, impresiones, copias, libros.
Misceláneos	100,00	varios
TOTAL	\$500	

2.11 Financiamiento

El presupuesto que se va a utilizar para el desarrollo del proyecto de investigación se encuentra en un rango promedio de gasto de alrededor de Quinientos dólares americanos; dicha cantidad será financiada por el ejecutor del mismo.

2.12 Esquema Tentativo

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1: MARCO TEORICO Y JURIDICO

El Turismo en el Ecuador.

Turismo artesanal.

Turismo como estrategia de desarrollo local.

Marco Jurídico Aplicado al sector artesanal.

CAPÍTULO 2: DIAGNOSTICO DEL CIDAP COMO INSTITUCION CULTURAL

2.1 Análisis histórico del CIDAP como institución.

2.2 Diagnóstico Actual del Festival de Artesanías de América

CAPÍTULO 3: DISEÑO DEL PRODUCTO FESTIVAL DE ARTESANIAS DE AMERICA CON PERSPECTIVA TURISTICA.

3.1 Análisis de Cuenca como destino turístico.

3.2 Análisis del mercado turístico.

3.3 Diseño del producto turístico.

CAPÍTULO 4: PROPUESTA DE PROMOCIÓN PARA EL FESTIVAL DE ARTESANIAS DE AMERICA COMO UN PRODUCTO TURISTICO PARA LA CIUDAD DE CUENCA.

4.1 Plan de promoción turístico.

4.2. Desarrollo de alianzas estratégicas a nivel público y privado.

2.13 Cronograma

Objetivo específico	Actividad	Resultados esperados	Tiempos
Realizar un diagnóstico situacional del CIDAP y su propuesta del Festival de Artesanías de América.	Revisión de bibliografía y ubicación de profesionales, profesores y demás personas involucradas	Contar con una base importante de datos. Obtener información esperada.	4semanas
Diseñar el producto Festival de Artesanías de América con una perspectiva Turística.	Realización de la investigación descriptiva, alianzas estratégicas.	Obtener la información esperada	5 semanas
Plan de Promoción para el producto turístico.	Realización de la investigación	Obtener la información esperada	5 semanas

Proponer un programa turístico como oferta complementaria del Festival de Artesanías de América.	Realización de la investigación	Cumplir con la investigación y presentación del mismo.	5 semanas
--	---------------------------------	--	-----------

2.14 Referencias

Archivos del Departamento de Promoción del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares-CIDAP.

RAYA, José M. (2007) Turismo, Hotelería y Restaurantes: Lexus Editores, Barcelona.

ULLAURI, Narcisa. (2009) El Entorno del Turismo Ecuatoriano.

Artesanías: Ferias Comerciales Internacionales, (2001) UNESCO

CUBI, Pablo. (1994) Artesanías del Ecuador: Dineedicones, Quito.

Reconocimiento de Excelencia de la UNESCO para Productos Artesanales del Mercosur, (2012)

Oficina Regional de Ciencia para América Latina y el Caribe, Sector Cultura Representante de la UNESCO ante el MERCOSUR

PITAS, Edgar & Meier, Peter. (1985) Artesanías y Modernización en el Ecuador, CONADE-Banco Central del Ecuador, Quito.

ALBARRACIN Marlene, RODAS Elizabeth. (2011) Sistematización para la realización de la feria Artesanal del CIDAP, Cuadernos de Cultura Popular N°26, CIDAP, Cuenca.

Catálogo de Ferias Artesanales. (1998) IADAP

2.15 Firma de Responsabilidad

.....

Firma del estudiante.

.....

Firma del director.

.....

Fecha de entrega.