

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA



**DEPARTAMENTO CIENCIAS DE LA VIDA**

**CARRERA DE TURISMO**

**DENOMINACIÓN DEL TÍTULO A OBTENER:**

**INGENIERO EN TURISMO**

**TEMA: CATÁLOGO DIGITAL PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL  
INDÍGENA DE LA PARROQUIA TARQUÍ DE LA PROVINCIA  
DE PASTAZA.**

**AUTORES:**

**DARÍO JAVIER GUANANGA VILEMA**

**KATHERYN ALEXANDRA RIVADENEIRA JUELA**

**DIRECTOR DEL PROYECTO:**

**ING: CHRISTIAN SALAZAR GAIBOR**

**PASTAZA-ECUADOR**

**2019**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quienes suscribimos Darío Javier Guananga Vilema con cédula de ciudadanía N°0604775015, y Katheryn Alexandra Rivadeneira Juela con cédula de ciudadanía N°1401324312 hacemos constar ante las autoridades de la Universidad Estatal Amazónica, que el contenido del proyecto de investigación y desarrollo: “**Catalogo digital para la comercialización de la producción artesanal indígena de la parroquia Tarquí de la provincia de Pastaza**”, es absolutamente auténtico, y son de exclusiva responsabilidad de nuestra autoría con la dirección de la MSC. Ing. Christian Salazar Gaibor.

En tal sentido manifestamos la originalidad de la conceptualización del mismo, como interpretación de datos y elaboración de las conclusiones dejando en evidencia los aportes intelectuales de otros autores debidamente referenciados.

Darío Javier Guananga Vilema

Katheryn Alexandra Rivadeneira Juela

## **CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

MSC. Ing. Christian Fernando Salazar Gaibor.

**DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACION Y DESARROLLO**

### **CERTIFICO;**

Que el presente proyecto investigación y desarrollo, realizado por los Egresados Señor Darío Javier Guananga Vilema y Katheryn Alexandra Rivadeneira Juela sobre el tema: **“Catalogo digital para la comercialización de la producción artesanal indígena de la parroquia Tarquí de la provincia de Pastaza”**, ha sido cuidadosamente revisado por el suscrito, constatando que cumple con todos los requisitos exigidos de forma y de fondo establecidos por la Facultad Ciencias de la Vida de la Universidad Estatal Amazónica, para esta clase de trabajos, por lo que autorizo su presentación.

Puyo, 06 de enero del 2020

MSC. Ing. Christian Fernando Salazar Gaibor.

**DIRECTOR DEL PROYECTO**

**CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE  
COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO**

# **CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo; aprueba el proyecto investigación y desarrollo, denominado: **“Catalogo digital para la comercialización de la producción artesanal indígena de la parroquia Tarqui de la provincia de Pastaza”**.  
:

.....

**Presidente del Tribunal**

.....

**Miembro del Tribunal**

.....

**Miembro del Tribunal**

## **AGRADECIMIENTO**

En esta etapa final de mis estudios quiero agradecer en primer lugar a Dios quien ha guiado mi camino, a mis padres quienes fueron el pilar fundamental para no desmayar en el trascurso de mi ciclo universitario y sobre todo quienes me brindaron su apoyo en cada paso que e dado, a mis hermanos y amigos que a pesar de los buenos y malos momentos siempre han estado brindandome un consejo y su apoyo.

Tambien deseo agradecer a cada uno de mis docentes quienes compartieron sus conocimientos en las aulas de nuestra querida institución y quienes nos han formado como grandes profecionales y personas dispuestos a enfrentar los diferentes retos que se vendran y de manera especial a nuestro tutor Ing. Christian Salazar Gaibor. M.Sc. quien fue un pilar fundamental para la culminacion de nuestra carrera.

**DARIO JAVIER GUANANGA VILEMA**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de investigación lo dedico a Dios quien fui mi guía y quien me brindo sabiduría y el conocimiento para poder culminar esta etapa muy importante en mi vida, a mis padres quienes me apoyaron tanto economicamente como moralmente y sobre todo por haberme brindado muchos valores y enseñarme a ser una persona que lucha por sus sueños, a mis hermanos por brindarme sus sabios consejos.

Gracias tambien a mis queridos compañeros con quienes comparti 5 años de mi vida llenos de grandes retos, de risas y tristezas pero siempre brindandonos palabras de aliento para salir cada día adelante.

**DARIO JAVIER GUANANGA VILEMA**

## RESUMEN

Los principales problemas que afronta el sector micro empresarial artesanal en la Provincia de Pastaza, radican en la falta de apoyo para la comercialización adecuada, lo que afecta en la obtención de ingresos suficientes, lo que genera efectos negativos como: el abandono de la actividad, migración, deterioro económico y una deficiente satisfacción de las necesidades básicas, evidenciando lo que resulta en el problema núcleo de la presente propuesta. Los artesanos de la provincia de Pastaza obtienen pocos ingresos por la venta de sus artesanías.

En la provincia de Pastaza, existe la Nacionalidad Kichwa que es la más numerosa, un porcentaje importante se asienta en la parroquia Tarqui, compuesta por 23 comunidades. Los pobladores se dedican a la producción agrícola, piscícola, turística y cultural.

El siguiente trabajo, es un proyecto de investigación mediante el cual se busca realizar un catálogo digital para la comercialización de la producción artesanal de la parroquia Tarqui. La idea nació debido a que los artesanos de esta parroquia no cuentan con los conocimientos necesarios para realizar la venta de sus productos artesanales y lo hacen únicamente en sus comunidades en casas artesanales.

La producción artesanal debería significar un ingreso importante para la familia de los artesanos y es por esta razón que el catálogo digital ayudará a que los productores puedan llegar directamente al cliente final, y que el mayor beneficio económico sea para ellos, debido a que el proyecto se basa en los principios del comercio justo.

**Palabras Claves:** artesanías, comercialización, catálogo, producción, productores, cliente

## **ABSTRACT**

The main problems faced by the artisanal micro-business sector in Pastaza Province are the lack of support for adequate marketing, which affects the obtention of sufficient incomes, which generates negative effects such as: abandonment of the activity, migration, economic deterioration and poor satisfaction of basic needs, showing what results in the core problem of this proposal. The artisans of Pastaza province earn little income from the sale of their handicrafts.

In the province of Pastaza, there is the Kichwa Nationality that is the largest, an important percentage is based in the Tarqui parish, composed of 23 communities. The inhabitants are engaged in agriculture, fish farming, touristic and cultural activities.

The following work is a research project through which a digital catalog is sought for the commercialization of the Tarqui parish handicraft production. The idea was born because the artisans of this parish do not have the necessary knowledge to sell their handicrafts and they do so only in their communities in artisan houses.

Handicraft production should mean an important income for the family of artisans and it is for this reason that the digital catalog will help producers to reach the final customer directly, and providing them the greatest economic benefit, since the project is based on the concept of fair trade.

**Keywords:** handicraft, commercialization, leaflet, production, producers, customer

## TABLA DE CONTENIDOS

1. CAPÍTULO I.....	1
1.1. Introducción .....	1
1.2. Problema.....	2
1.3. Justificación.....	2
1.4. Objetivos .....	3
1.4.1. Objetivo general.....	3
1.4.2. Objetivos específicos .....	3
2. CAPÍTULO II.....	4
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN .....	4
2.1. Antecedentes .....	4
2.2. Base teórica .....	5
2.2.1. Patrimonio .....	5
2.2.2. Concepto de patrimonio .....	5
2.2.3. Concepto de patrimonio cultural.....	6
2.2.4. Clasificación del patrimonio cultural .....	7
2.2.5. Patrimonio cultural material.....	8
2.2.6. Clasificación del patrimonio cultural material.....	9
2.2.7. Patrimonio cultural inmaterial .....	10
2.2.8. Concepto de patrimonio cultural inmaterial.....	10
2.2.9. Clasificación del patrimonio cultural inmaterial .....	11
2.2.10. El turismo y el patrimonio.....	12
2.3. Artesanías .....	13
2.3.1 concepto de artesanía.....	13

2.3.2. Clases de artesanías .....	14
2.3.3. Líneas de artesanías .....	16
2.3.4. La artesanía en el ecuador .....	17
2.3.5. Artesania como atractivo turistico .....	18
2.3.6. Artesanías en la amazonía .....	18
2.4. Comercialización .....	19
2.4.1. Objetivo de la comercialización.....	20
2.4.2. Tipos de comercialización.....	20
2.4.3. Comercialización modelo tradicional .....	21
Características del mercado de artesanías.....	21
2.4.4. Distribucion y comercialiazción .....	22
Canales de distribución.....	22
2.4.5. Marketing digital.....	24
2.4.6. Catalogo digital .....	25
2.4.7. Ventas por internet.....	26
2.4.8. Comercialización de artesanías .....	27
2.4.9. Calidad y comercialización .....	27
2.4.10. Como acceder a mercados internacionales.....	28
2.4.11. Estrategia comercial.....	29
2.4.12. Comercio justo .....	30
3. CAPÍTULO III .....	31
3.1. Localización .....	31
3.2. Tipo de Investigación .....	31
3.3. Métodos de investigación.....	31
4. CAPÍTULO IV .....	33

4.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	33
4.2. Inventario de artesanías de la parroquia tarquí .....	38
4.3. Ubicación geográfica.....	69
4.5. Clasificación de las artesanías.....	71
4.6. Contexto histórico de las artesanías.....	71
4.6.1. Artesanías en cerámica .....	71
4.6.2. Artesanía en madera .....	72
4.6.3. Artesanías en tejidos .....	73
4.6.4. Artesanía en semillas .....	74
4.6.5. Categorización de las artesanías de la parroquia tarquí.....	75
4.7. Perfil del emprendimiento .....	77
4.7.1. Resumen ejecutivo .....	78
4.7.2. Definición del emprendimiento.....	78
4.7.3. Nombre del emprendimiento.....	78
4.7.4. Productos a ofrecer .....	78
4.7.5. Intermediarios .....	79
4.7.6. Localización .....	79
4.7.7. Misión.....	79
4.7.8. Visión.....	79
4.7.9. Valores empresariales.....	79
4.7.10. Logotipo .....	80
4.8. Proceso de venta y entrega.....	81
4.8.1. Distribución.....	81
4.8.2. Canales directos .....	81
4.8.3. Empaquetado.....	81

4.8.4. Proceso de envío .....	81
4.8.5. Gestión de compras.....	82
4.8.6. Gestión comercial y marketing .....	82
4.8.7. Producto.....	83
4.8.8. Precio .....	83
4.8.9. Proceso de pago .....	84
4.8.10. Proceso de evaluación .....	86
4.8.11. Características del catalogo.....	87
5. CAPÍTULO V .....	89
5.1. Conclusiones .....	89
5.2. Recomendaciones .....	89
6. CAPÍTULO VI .....	90
6.1. BIBLIOGRAFÍA.....	90
7. CAPÍTULO VII.....	94
7.1. ANEXOS.....	94

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:Entrevista a los Artesanos de la parroquia Tarqui .....	32
Tabla 2:Tabla de entrevistados .....	33
Tabla 3:Ficha de Patrimonio Cultural de Barro.....	38
Tabla 4:Ficha de Patrimonio Cultural de Semillas .....	46
Tabla 5:Ficha de Patrimonio Cultural de Madera.....	52
Tabla 6:Ficha de Patrimonio Cultural de Tejidos.....	58
Tabla 7:Ficha de Patrimonio Cultural de Plumas .....	63
Tabla 8:Población de Tarquí en el 2014 .....	70
Tabla 9:Datos de censo poblacional por el GAD de Tarquí 2014.....	71
Tabla 10:Categorización de las artesanías de la parroquia Tarqui .....	75
Tabla 11:Cálculo de precio unitario.....	84
Tabla 12:Evaluación de percepción del cliente .....	86

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Clasificación del Patrimonio Cultural .....	8
Ilustración 2: Clasificación del Patrimonio Cultural Inmaterial.....	11
Ilustración 3: Líneas de artesanías .....	17
Ilustración 4: Mapa de Ubicación de la parroquia Tarqui.....	69
Ilustración 5: Artesanías de barro .....	72
Ilustración 6: Artesanías de madera .....	73
Ilustración 7: Artesanías de paja toquilla .....	74
Ilustración 8: Artesanías de semillas.....	75
Ilustración 9: Logotipo del emprendimiento .....	80
Ilustración 10: Productos a comercializar .....	83

# **CAPÍTULO I**

## **1.1. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación esta enfocada principalmente a la comercialización de las artesanías indígena de la parroquia Tarqui de la provincia de Pastaza, las mismas que son conocidas por ser productos de buena calidad, capaces de competir en el mercado nacional ayudando al desarrollo del turismo de la parroquia Tarqui y sobre todo a obtener mayores entradas economicas para cada una de las comunidades que se dedican a este tipo de elaboraciones.

La investigación consta de sietes capitulos los cuales tienen sus respectivos contenidos así tenemos:

En el segundo capítulo, hablaremos del marco teórico donde se desglosaran varios conceptos que han sido relacionados con el desarrollo de este trabajo referentes al patrimonio, las artesanías y la comercialización, cada uno de estos temas se investigará para la obtención de información de este proyecto de una manera correcta para un buen desarrollo.

En el tercer capítulo, se describe la metodología de la investigación como es la localización, los tipos de investigación y los métodos de investigación los cuales se aplicaran para realizar el proyecto de manera adecuada.

El cuarto capítulo, habla acerca de los resultados y discusión de cada uno de los tres objetivos específicos planteados para el cumplimiento de la investigación.

En el quinto capítulo se describe las conclusiones y recomendaciones que se realiza para mejorar las actividades comerciales de las artesanías de la parroquia Tarqui.

En el capítulo seis se encuentra las diferentes bibliografías del proyecto de investigación y finalmente en el capítulo siete encontraremos los anexos.

## **1.2. PROBLEMA**

Uno de los problemas del cantón Pastaza es la escasa difusión de las artesanías locales, pese a que la provincia cuenta el potencial cultural, el mismo que podría ser aprovechado para obtener un beneficio económico y así dinamizar su economía a través de la producción y venta de artesanías pueda llegar a convertirse en un ingreso significativo para las comunidades indígenas de la zona. En la actualidad las comunidades cuentan con gran variedad de productos artesanales, pero al no existir un catálogo de artesanías de esta nacionalidad se dificulta la comercialización nacional e internacional.

De acuerdo a revisión bibliográfica realizada pudimos evidenciar la inexistencia de trabajos de investigación en referencia a la comercialización de artesanías de la parroquia Tarqui, lo cual contribuirá a una difusión de la riqueza cultural de este sector.

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El Ecuador, es un país de grandiosos y bellos contrastes con particularidades propias, posee una biodiversidad increíble por lo que el turismo debe ubicarse entre las líneas prioritarias de los territorios que posean características que faciliten al adecuado desarrollo del mismo.

La provincia de Pastaza por su sitio en el centro de la región amazónica, cuentan con lugares realmente fastuosos y atractivos como: ríos, bosque primario, biodiversidad de flora, fauna, elementos naturales que hacen que este espacio sea magnífico e irrepetible.

La región amazónica a su vez es poseedora de un patrimonio cultural, la provincia de Pastaza destaca notablemente al encontrarse en este territorio siete nacionalidades más representativas que son Kichwa, Shuar, Andoas, Achuar, Shiwiar, Waorani, Zapara.

Pastaza se ha encargado de preservar sus manifestaciones culturales, incluidas las artesanías, permitiendo de esta manera preservar sus raíces, señas de identidad y técnicas artesanales.

Uno de los aspectos que destacan y la enriquecen es la existencia de las nacionalidades que junto al pasar de la historia aporta un valioso legado cultural a nuestro país.

Las comunidad de la parroquia Tarquí, si bien son quienes conocen y conservan el patrimonio cultural, poseen escasos conocimientos sobre la comercialización de productos artesanales, siendo necesario tecnificar sus conocimientos para no afectar negativamente a su entorno y su cultura. Además, toda propuesta que coadyuve a mejorar el nivel de calidad de vida sin afectar a la naturaleza y su cultura es una estrategia de cambio que debe ser analizada.

Tomando en consideración la gran potencialidad cultural de la parroquia Tarqui se hace indispensable la comercialización de sus productos artesanales. Por eso es necesario realizar una investigación que contribuya con las culturas de la parroquia Tarquí bajo los principios del comercio justo.

## **1.4. OBJETIVOS:**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Implementar un catálogo digital para la comercialización de la producción artesanal indígena de la parroquia Tarquí de la provincia de Pastaza.

### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un inventario de la producción artesanal de la parroquia Tarqui de la provincia de Pastaza.
- Categorizar las artesanías elaboradas en la parroquia Tarqui de la provincia de Pastaza según sus características.
- Diseñar un catálogo para la comercialización de artesanías de la parroquia Tarqui de la provincia de Pastaza.

## **2. CAPÍTULO II**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **2.1. ANTECEDENTES**

La provincia de Pastaza, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador, situada en la Región Amazónica del Ecuador. Recibe su nombre del río Pastaza, que la separa al sur de la Provincia de Morona Santiago. Su capital es la ciudad de Puyo.

En la provincia de Pastaza habitan 7 de 10 nacionalidades indígenas de la Amazonia, con su propia lengua, costumbres, tradiciones y territorio. La artesanía varía de acuerdo a cada una de las zonas geográficas de nuestro país. En nuestra Región Amazónica, esta tiene mucha relación con la cosmovisión de las nacionalidades indígenas. Cada artesanía tiene una carga simbólica, que se relaciona con la vida de los hombres y mujeres del sector indígena. La producción artesanal es un renglón importante dentro de la economía de la provincia de Pastaza. En Pastaza la producción artesanal ocupa un lugar preponderante ya que, en la actualidad, persiste un número considerable de artesanos que la asumen como rasgo característico de su identidad socio cultural en las diferentes zonas de la provincia.

Una de las nacionalidades es la Kichwa siendo esta la más numerosa, un porcentaje se asienta en la parroquia Tarqui, compuesta por 22 comunidades de Base. Los pobladores se dedican a la producción artesanal. Un gran porcentaje de la artesanía que se produce se la destina para la venta. Al no existir un verdadero diagnóstico del sector artesanal, los artesanos se han visto abocados a los intermediarios y comerciantes de artesanía, que desvalorizan los productos y pagándoles un porcentaje mínimo por cada una de las piezas.

En la actualidad las comunidades venden sus productos en casas artesanales dentro de su comunidad, los turistas llegan a esta y adquieren las artesanías; también existen diferentes intermedarios que cuentan con locales comerciales propios para la venta de artesanías que son elaborados por las comunidades indígenas entre estos tenemos a la casa de la balsa que ofrece diferentes tipos de artesanías de todas las diferentes nacionalidades indígenas de la provincia de Pastaza. Además las instituciones públicas como el Consejo Provincial ha destinado en el paseo

turístico de la ciudad de Puyo varios stands donde los artesanos de las comunidades pueden vender sus productos, los días jueves, viernes, sábados y domingos de cada semana.

Otra forma de comercialización es durante las ferias turísticas que organizan las instituciones públicas, quienes invitan a representantes de las diferentes comunidades para que expongan sus productos y puedan promocionarlos y venderlos.

Al ser estas las únicas formas de comercialización se busca llevar a las artesanías a diferentes destinos mediante la promoción de un catálogo digital.

## **2.2. BASE TEÓRICA**

### **2.2.1. PATRIMONIO**

#### **2.2.2. Concepto de patrimonio**

Según la (OMT, 2005), se denomina patrimonio al conjunto potencial conocido o desconocido de los bienes materiales o inmateriales existentes en un determinado territorio que están a disposición del hombre.

Según la Unesco, (2003) el concepto de patrimonio ha venido dando cambios durante los últimos años, tomando en cuenta varios aspectos y no solo a sitios arqueológicos y ciudades históricas. Esto ha dado efecto en la manera de disfrutar, apreciar y manejar los bienes patrimoniales. Las diferentes expresiones culturales que forman el patrimonio arroja una gran aparición, el cual comprende desde técnicas u obras de arte, instrumentos, gastronomía, tradiciones orales, hasta monumentos.

Los autores Boullón & Calderón, (2014) mencionan que hablar de patrimonio es hablar de identidad y remitir representaciones y símbolos a la mente de las personas. De esta manera el patrimonio tiene un valor étnico importantísimo debido a que rescata la manera de vivir de los pueblos ancestrales y sobre todo los rasgos que identifican a un grupo de otro y marcan la diferencia con el exterior.

El Diccionario de la Lengua Española conceptualiza patrimonio de la siguiente manera: Del latín *Patrimonium* que quiere decir propiedad que es obtenida por herencia de sus ascendientes por otra parte el Diccionario de la Lengua Española define como un “bien propio alcanzado por cualquier merito o título, y que no podrá ser reclamado por otra persona” (Cuetos, 2012).

Por otro lado, los autores Ferrer & Danza, (2016) tratan de explicar que, en la actualidad buscar una definición de patrimonio es muy facil debido a que existen un sinnúmero de autores que citan sus propios conceptos acerca de patrimonio, por tanto comprendemos al patrimonio como un conjunto de bienes y derechos que pertenecen a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica.

Luego de analizar diferentes conceptos de varios autores comprendemos que el patrimonio es el conjunto de elementos tanto naturales como culturales, tangibles e intangibles que caracterizan a una persona o un pueblo y que son heredados para transmitir de generación en generación con el fin de preservar dicha herencia.

### **2.2.3. CONCEPTO DE PATRIMONIO CULTURAL**

Según Villaça, (2015), menciona que para el estudio del patrimonio cultural primero deberíamos entender que es cultura y para ello la Real Academia Española define cultura en su segunda acepción como las costumbres y modo de vida de un pueblo o nacionalidad, adicional a esto se ve incluido los conocimientos y grados de desarrollo artístico, industrial y científico.

Cuando hablamos de patrimonio cultural nos estamos refiriendo a las costumbres y herencias culturales que posee un país o una región específica, es decir al conjunto de los bienes materiales e inmateriales que están enlazados con la identidad social y cultural y que caracterizan a dicho región o país.

El patrimonio cultural se halla fuertemente vinculado con la historia humana es decir que son remembranzas o remanente de actividades y practicas ancestrales, que son como un legado o un recordatorio para las nuevas generaciones. Entonces el patrimonio cultural trata de bienes

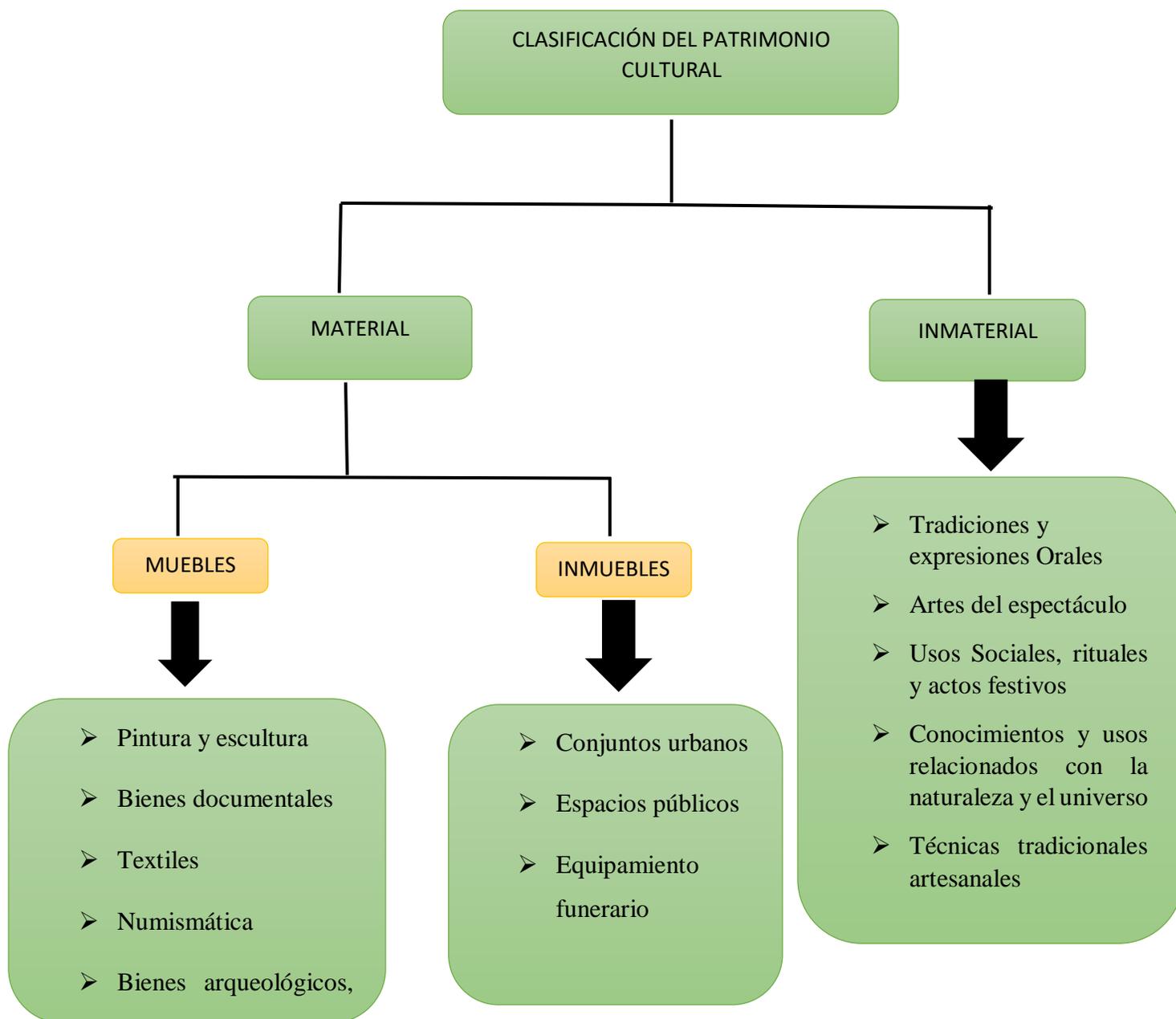
fabricados por la mano del hombre como puede ser una obra arquitectónica, un conjunto de danzas o monumentos Raffino, (2019).

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural , (2014) menciona que el patrimonio cultural cumple un rol importante en un país debido a que de esta manera se puede dar un realce a la creación del hombre mediante surja el tiempo y así no sean olvidadas y perdure la simbiosis entre la naturaleza y la cultura. Por lo tanto, el hombre ha tratado de plasmar el patrimonio cultural en edificaciones arquitectónicas, en bienes documentales, en obras de arte, en restos arqueológicos y, sobre todo, difiriendo las herencias culturales de los pueblos ancestrales. Para estimar y reconocer el patrimonio cultural es necesario la presencia de elementos subjetivos que estén enlazados con el conocimiento de la historia y sobre todo con la experiencia del hombre y la sociedad, pero no nos podemos olvidar del tiempo que es un elemento muy importante al momento de hablar de patrimonio cultural. Gracias a estos elementos se puede realizar la categorización, la preservación y la identificación de la gran variedad por la cual está conformada el patrimonio cultural del Ecuador.

#### **2.2.4. CLASIFICACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL**

El patrimonio cultural está integrado por la herencia material e inmaterial que se ha generado mediante la evolución de la historia y se clasifica en: (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural , 2014).

Ilustración 1: Clasificación del Patrimonio Cultural



Fuente: INPC,(2014).

Elaboración y diseño: Autores

### 2.2.5. PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL

Se caracteriza por tener un cuerpo físico que puede ser dimensionado y percibido sensorialmente. Suele llamársele igualmente tangible y se subdivide en patrimonio mueble y patrimonio inmueble (CHÁVEZ, 2015).

## **2.2.6. CLASIFICACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL**

### **Bienes muebles**

Son objetos elaborados por el hombre como prueba de un proceso artístico, científico o documental. Son llamados así porque son bienes aptos para ser movilizados y se pueden clasificar de acuerdo con las leyes propias de cada región o país.

Dentro de los bienes muebles encontramos: orfebrería, pintura, textil, instrumentos musicales, armamento, bienes documentales, escultura, metalurgia, decoración mural, carpintería, entre otros.

### **Bienes inmuebles**

Son testimonios o creaciones humanas que no se pueden movilizar de un lugar a otro, también son conocidos como bienes raíz por estar íntimamente ligados al suelo.

Los bienes inmuebles mantienen valores históricos, culturales y simbólicos. Poseen características espaciales, estéticas, formales y técnico-constructivas con valores singulares que permiten exponer la manera de ser y pensar de las sociedades (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural , 2014).

### **Bienes muebles**

- Pintura y escultura
- Bienes documentales
- Textiles
- Numismática
- Bienes arqueológicos, entre otros.

### **Bienes inmuebles**

- Conjuntos urbanos

- Espacios públicos
- Equipamiento funerario

## **2.2.7. PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL**

### **2.2.8. Concepto de patrimonio cultural inmaterial**

El autor Arévalo, (2007) refleja que el patrimonio inmaterial plasma la cultura viva, además también abarca las tradiciones y costumbres, los hábitos sociales y las prácticas ancestrales, la medicina tradicional las fiestas , los rituales, las tradiciones orales, la música, la danza, las creencias y valores que identifican a un pueblo o una etnia en resumen plasma la forma de vivir de cada uno de sus habitantes.

El patrimonio cultural inmaterial es expresiones, técnicas o conocimientos que se transmiten de un individuo a otro y son recordados frecuentemente en comunidades o pueblos para evitar que se vaya perdiendo mediante el tiempo, la creatividad del hombre juega un punto importante dentro del patrimonio cultural inmaterial debido a que mediante la creatividad y la imaginación se puede plasmar impresionantes obras de arte y plasmar sentimientos de identidad y diseños que ayuden a preservar el respeto por la diversidad cultural que existe dentro de nuestro país (Hanna, 2011).

De acuerdo a nuestro punto de vista podríamos decir que el patrimonio cultural inmaterial o también conocido como oral, son el grupo de técnicas y conocimientos que sobresalen de un pueblo o país para logran resaltar su identidad, este tipo de prácticas ancestrales en muchos de los casos logran ingresar recurso económico para la comunidad o pueblos es por esta razón que se preocupan por preservar y no dejar en el olvido. Por otra parte, el patrimonio cultural inmaterial busca sensibilizar a las personas y lograr el respeto hacia este tipo de manifestaciones debido a que son estas las que distinguen a nuestro país de los demás países.

## 2.2.9. CLASIFICACION DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

Ilustración 2: Clasificación del Patrimonio Cultural Inmaterial



Elaboración y diseño: Autores

**FUENTE:** Ministerio Coordinador de Patrimonio

### **Tradiciones y expresiones orales**

Es la difusión de conocimientos históricos, acontecimientos mitológicos e información de saberes ancestrales, que suelen ser transmitidas verbalmente es por esta razón que puede existir un pequeño cambio al momento de ser transmitida de una persona a otra y suele correr el riesgo de que se vaya perdiendo si la cadena de trasmisión es interrumpida.

### **Artes del espectáculo**

Se refiere a las manifestaciones autóctonas de un pueblo relacionadas con la creatividad, que se han ido difundiendo de descendencia en descendencia y que han ido cambiando y consiguiendo diferentes significados mientras transcurre el tiempo. Aquí se puede hablar de música, teatro, plástica, danza, literatura, juegos entre otros.

### **Usos sociales, rituales y actos festivos**

Son actividades que tratan de resaltar la identidad de un grupo social o de una comunidad y sobre todo su forma de vida, Estos usos sociales, rituales y fiestas contribuyen a señalar los cambios de estación, las épocas de las faenas agrarias y las etapas de la vida humana, este tipo de actividades suelen ser realizados en lugares y ocasiones peculiares donde comparten al público todos sus conocimientos ancestrales.

### **Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo**

Este ámbito engloba las practicas, representaciones, conocimientos, técnicas y competencias que son desarrolladas por los miembros de los pueblos o comunidades y que son trasmitidas de descendencia en descendencia.

### **Técnicas artesanales tradicionales**

Son actividades que son realizadas manualmente y que no es necesario el uso de la tecnología para obtener un producto final, el cual genera ingresos económicos para quienes los elaboran, este tipo de técnicas son trasmitidas de padres a hijos, dentro de estas técnicas lo más importante es la imaginación para poder tener un producto espectacular e inigualable (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2012).

## **2.2.10. EL TURISMO Y EL PATRIMONIO**

El turismo juega un papel muy importante dentro del patrimonio, a través del turismo se puede intercambiar experiencias y conocimientos debido a que el turismo implica la interacción social. Es por eso que uno de los métodos para ejercer el turismo es mediante el patrimonio lo posee tanto quien realiza el viaje, como el grupo social que recibe al visitante.

Una de la vía para apreciar el patrimonio cultural que posee un país, es decir la música, la danza, las costumbres, gastronomía, lugares naturales, lugares arqueológicos entre otros, es el turismo sin embargo mucho de los casos también corre peligro debido a que al existir un contacto directo con personas de otros países en muchos de los casos suelen adquirir costumbres y dejan de lado las suyas y esto afecta negativamente a los pueblos o comunidades, por otra parte el patrimonio cultural natural también es afectado con la llegada de miles de visitantes lo que bien es conocido como el turismo de masa que día a día va desgastando y deteriorando a los patrimonios del país Vinuesa & Troitiño, (2016).

El turismo es, sin duda, una de las actividades que quizás mejor contribuya a visualizar la dimensión económica del patrimonio y a despertar cierta preocupación por su conservación, Por este motivo hay que asumir con responsabilidad y proteger todos los bienes patrimoniales que existe en nuestro país además esto hace que las personas tengan otras perspectivas del modo de vida de los pueblos y nacionalidades y perdure el respeto hacia estos (Vinuesa, 2015).

García, (2007) menciona que la relación entre patrimonio y turismo es muy estrecha debido a que ambos componentes siempre desean resaltar la obligación de adoptar modelos de desarrollo sostenible es justo en ese momento donde primero actúa el patrimonio como recurso natural para luego actuar como un recurso turístico. Pero si nos damos cuenta un elemento cultural no es recurso turístico si primero éste no es identificado como un bien patrimonial, para luego ser transformado o petitionado para que los incluyan al mercado turístico.

## **2.3. ARTESANIAS**

### **2.3.1 Concepto de Artesanía**

Las artesanías se derivan de la creatividad y de la inspiración de una persona mediante la cual realizan asombrosas obras, piezas u objetos con materiales decorativos o estéticos, estas técnicas manuales arrojan una producción que es comercializada en ferias o mercados reducidos, además en estos objetos suelen estar plasmados la identidad y las tradiciones de los pueblos ecuatorianos y sobre todo es aquí donde resaltan sus costumbres Olio, (2006).

La palabra artesanía, tiene una derivación de las palabras latinas artis-manus que significa: arte con las manos, son obras materiales elaboradas por personas que utilizan técnicas y herramientas empleando modelos y decoraciones tradicionales únicas para satisfacer el gusto de los consumidores. Para esto se toma muy en cuenta la cultura y la identidad de los pueblos debido a que en cada artesanía se plasma el modo de vivir de una nacionalidad o pueblo mediante los símbolos y los colores que contienen estas piezas.(Moreno, 2010)

La Artesanía es el resultado de los colores y lugares que se observa en nuestro país y los cuales están plasmado en un producto y cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procedimientos manuales. Los objetos artesanales contienen un alto valor cultural y debido a su proceso son otorgados sus precios para su respectiva comercialización (Roncancio, s.f:23).

Por lo tanto, Se puede definir a la artesanía como la forma de expresión de un pueblo o una cultura mediante los colores, figuras y materiales que de una manera u otra aportan a la economía de la persona quien lo fabrica, las cuales también son elaboradas de forma manual y que tiene una gran carga cultural.

### **2.3.2. CLASES DE ARTESANÍAS**

Existen diferentes clases de artesanías que tienen características singulares y sus elaboraciones y procedimientos son específicos para poder plasmados de una forma minuciosa la identidad de los pueblos (JIMÉNEZ, 2013).

#### **Artesanía indígena**

Son verdaderas obras de arte que representan la cultural de los pueblos indígenas suelen ser elaborados y adornados con distintos materiales, generalmente realizadas por las mujeres de los pueblos indígenas de forma ancestral y tradicional.

#### **Artesanía de proyección aborígen**

Determinan un vínculo con los diseños de origen, pero tiene una proyección igual y siempre está ajustándose a los requerimientos del mercado.

#### **Artesanía autóctona aborígen**

Ayudan a mantener viva la producción artesanal de los pueblos indígenas, para la elaboración de estas artesanías se suele utilizar productos y técnicas del mismo territorio.

#### **Artesanía tradicional**

Tipo de artesanía que logra una combinación entre la materia prima que proviene de la región, así como de las herramientas elementales que suelen utilizar la comunidad, son elaboradas con finalidad decorativo y utilitario.

#### **Artesanía convencional**

Para la obtención de estas artesanías se utiliza un cierto grado de mecanización y son producidas en pequeñas series.

### **Artesanía típica folclórica**

Este tipo de artesanía logra diferenciar a un país del otro debido a que son elaboradas con colores, figuras, materiales y técnicas que resaltan las raíces de un territorio y sobre todo el folclore que existen en dicho país.

### **Artesanía suntuaria**

Son artesanías de lujo y para su elaboración se utiliza materiales que son extraídos de la propia naturaleza que son sumamente costosos para dar así un realce a la pieza.

### **Artesanía contemporánea**

Se refiere a la artesanía netamente de vanguardia y su terminado es actualizado, aquí se destaca la imaginación del artista debido a que utiliza un sinnúmero de principios técnicos.

### **Artesanía post-industrial**

Son elaboradas por personas que no son expertos en el área, realizan objetos en pequeñas cantidades, pero a medida que va avanzando el tiempo se van acoplando a las tradiciones y logran obtener asombrosas obras de arte.

### **Artesanía tradicional popular**

Realizadas de manera anónima en comunidades y las técnicas son muy evidentes para el cliente, para la elaboración de estas artesanías se adquiere conocimientos de familiares o antepasados es por esta razón que se puede distinguir fácilmente a que comunidad o nacionalidad pertenece la artesanía.

### **Artesanía urbana**

Es un tipo de artesanía que para su elaboración se utiliza técnicas o materiales de la zona urbana para cubrir las necesidades de los clientes.

### **Artesanía utilitaria**

Engloba a los objetos utilitarios como por ejemplo la vajilla

### **Artesanía artística utilitaria**

Elaboraciones con un grado artístico de excelencia y que son netamente de uso decorativo.

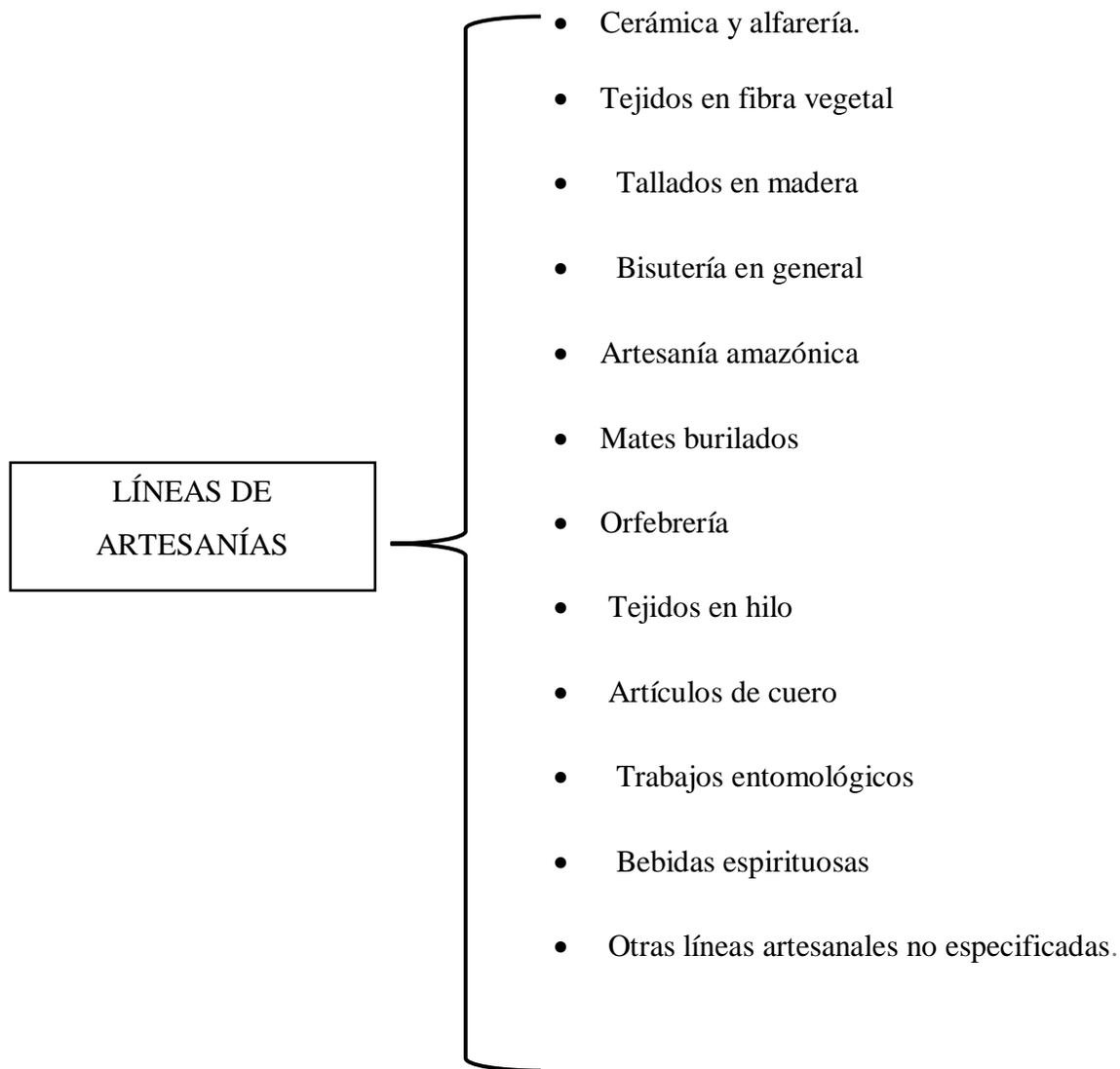
### **Artesanía en madera**

Son productos de madera que tiene fines comerciales para la elaboración de este tipo de productos se utiliza madera que sea fácil de cortar, tallar y decorar. (QUIÑONEZ, 2015)

## **2.3.3. LÍNEAS DE ARTESANÍAS**

Los artesanos día a día fortalecen su capacidad creativa lo cual se ve reflejado en nuevos productos por su excentricidad y manifestación cultural. Sobre estos principios se puede encontrar las siguientes líneas artesanales (ROBLES, 2004).

Ilustración 3: Líneas de artesanías



Elaboración y diseño: Autores

### **2.3.4. LA ARTESANÍA EN EL ECUADOR**

Nuestro país posee una gran identidad cultural permitiendo a sus cuatro regiones encontrarse rodeadas de una gran variedad de artesanías que son productos de herencias ancestrales y que son elaboradas con manos de artesanos que poseen conocimientos avanzados, lo que garantiza trabajos de alta calidad debido a esto las artesanías ecuatorianas han logrado alcanzar mucho

prestigio y reconocimientos a nivel mundial. Por estos motivos el Ecuador lucha constantemente para mantener el legado histórico y tradicional que se ha desarrollado mediante el tiempo (Catapultados, 2009).

Los productos artesanales del Ecuador en la actualidad han logrado ponerse en el mercado internacional y son exportados a diferentes países del mundo, es por eso que ya existen en diferentes ciudades del país estándares de calidad que verifiquen la salida de las artesanías en óptimas condiciones, Por otra parte es lamentable reconocer que las grandes industrias se están apoderando de las patentes artesanales y se está llevando todo el mérito dejando de lado al esfuerzo que realizan los artesanos indígenas quienes son los verdaderos fabricantes y quienes imprimen en cada uno de sus trabajos mucho tiempo y dedicación para obtener una artesanías (LÓPEZ, 2013).

### **2.3.5. ARTESANIA COMO ATRACTIVO TURISTICO**

Son aquellos bienes tangibles que posee un área determinada y constituyen la principal atracción del turista siendo así factores culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos, son sencillamente el conjunto de manualidades que lo hacen llamativo y atrayente al turismo. Las artesanías son un atractivo de interés para la valorización de la cultura que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural exhibido, significancia histórica, belleza cultural artificial, o porque es misterioso, para el visitante (JIMÉNEZ, 2013).

### **2.3.6. ARTESANÍAS EN LA AMAZONÍA**

En la Amazonía ecuatoriana, las diversas comunidades indígenas han incluido como parte de sus actividades productivas, realizan artesanías para la venta. Para la elaboración de los distintos tipos de artesanías se suele utilizar semillas, madera y fibras naturales, entre otros. En la Amazonía existen diferentes tipos de artesanías tales como: pulseras, collares, aretes, adornos, hamacas, shigras, bolsos, cinturones, etc. Se debe resaltar que, en la Amazonía ecuatoriana, existe una gran variedad de nacionalidades y pueblos indígenas, de ahí que cada uno de ellos poseen su marca personal, producto de su propia historia y cosmovisión, en cada uno de sus elaboraciones artesanales. Los objetos que realizan son simplemente maravillosos.

## 2.4. COMERCIALIZACIÓN

Uno de los aspectos que destacan y la enriquecen a la comercialización es la existencia de las nacionalidades que junto al pasar de la historia aporta un valioso legado cultural a nuestro país. Las comunidades de la parroquia Tarqui, si bien son quienes conocen y conservan el patrimonio cultural, poseen escasos conocimientos sobre la comercialización de productos artesanales, siendo necesario tecnificar sus conocimientos para no afectar negativamente a su entorno y su cultura.

En la actualidad, no existen un medio el cual ayude a la comercialización de la producción artesanal indígena de la parroquia Tarqui, a pesar que existen algunos sitios web para la venta de artesanías, pero estos exponen las artesanías de todo el Ecuador y solo se realiza un pequeño espacio para las artesanías de la Amazonia en especial de la parroquia Tarqui lo cual no aportan con ningún beneficio para los mismos (González, 2008).

La comercialización insiste mucho en que para desarrollar las alternativas de mezclas comerciales se debe tomar en cuenta, el tipo de producto, el perfil del consumidor y las variables del medio comercial. La selección de los puntos de venta para iniciar la comercialización de un satisfactor está profundamente relacionada con los intermediarios o distribuidores, aunque se desee hacer llegar el producto a un lugar determinado; si no existe un intermediario, será más difícil lograr el éxito comercial. Existen un par de reglas útiles para revisar las variables de selección de un canal: entre más perecedero sea el producto, menor será el número de etapas del canal; en cuanto más elaborado sea un producto, mayor será el número de intermediarios o agentes especiales para su comercialización.

La comercialización es la respuesta del empresario a las necesidades de ajustar las posibilidades limitadas de la producción, a los requerimientos crecientes de la demanda de los consumidores. (SANDOVAL, 2014)

La comercialización es el proceso social, orientado hacia la satisfacción de las necesidades y deseos de individuos y organizaciones, para la creación y el intercambio voluntario y competitivo de productos y servicios generadores de utilidades (Machado, 2012).

Distintos son los conceptos de comercialización, por lo cual podemos comprender que la comercialización son funciones que se realizan desde que el producto sale de las manos del

productor hasta que llega al consumidor o cliente siendo este un buen producto a un precio razonable.

### **¿En qué consiste la comercialización de un producto?**

Para Caurin, (2018) nos da a conocer que la comercialización de un producto o servicio, se centra en la acción de comercializar, que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla de las vías de distribución que permitan que llegue al público final.

La comercialización se basa en todas las técnicas y decisiones enfocadas a vender un producto en el mercado, con el objetivo de conseguir los mejores resultados posibles.

#### **2.4.1. Objetivo de la Comercialización**

El trabajo de comercialización tiene por objeto tratar de satisfacer a un grupo de consumidores en particular, con un tipo determinado de mercancías. Satisfacer una parte de la población a largo plazo; ésa debe ser la meta; tratar de satisfacer a toda la población durante todo el tiempo, es un absurdo. Para cumplir este objetivo el empresario debe desarrollar una verdadera estrategia comercial, cambiante de acuerdo a las circunstancias, para satisfacer con éxito el ámbito de su mercado, coordinando económica y eficientemente todas las funciones que tipifican el proceso de comercialización (Chérrez, 2014).

#### **2.4.2. TIPOS DE COMERCIALIZACIÓN**

**Estratégico:** analiza las necesidades de los individuos y las organizaciones. Otra función que realiza es el seguimiento de la evolución del mercado e identifica los diferentes productos-mercado y segmentos actuales o potenciales. La función del marketing estratégico es, orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus recursos y a su saber hacer, y que ofrecen un recurso potencial de crecimiento y rentabilidad. El marketing estratégico fija la misión de la empresa.

**Operativo o táctico:** está centrado en la realización de un objetivo de cifras de ventas. Con determinados presupuestos de marketing autorizados debe realizar objetivos de cuota de mercado a alcanzar. El área comercial tiene 6 funciones fundamentales: investigación de mercados, desarrollo de productos, fijación de precios, comunicación, promoción, venta y

distribución de productos y servicios, los últimos años se han desarrollado multitud de sistemas de comercialización y venta a través de Internet, bajo la denominación de sistemas de comercio y negocio electrónicos. Un sistema que permite realizar la comercialización de los productos de una forma integral. Se ofrecen funcionalidades que permiten tanto a los proveedores de los productos como sus potenciales clientes, la posibilidad de mantener su relación comercial a través de un entorno Web o de telefonía celular.

### **2.4.3. COMERCIALIZACIÓN MODELO TRADICIONAL**

#### **Características del mercado de Artesanías.**

Existen varios problemas que afectan al proceso de producción de las artesanías en las comunidades indígenas, como son: la baja productividad del trabajo, tecnología inadecuada, carencia de una adecuada asistencia técnica y capacitación, a ello se añade una difícil accesibilidad al crédito, volumen restringido de producción etc.; donde pequeños productores enfrentan el mayor de los problemas en el momento que se vinculan al mercado, para tratar de vender los productos de su trabajo.

El artesano, no puede postergar el período de ventas de sus productos, porque de estos ingresos depende el y su familia. Es la necesidad la que condiciona al trabajador, como aceptar precios bajos que apenas tienen un escaso beneficio económico. Además, el trabajador autónomo, por sus características propias, produce en cantidades restringidas, lo que hace difícil que su oferta sea estable o tenga algún crecimiento (Davy, 2010).

El artesano prefiere vender los productos de su trabajo a los agentes más cercanos a su comunidad, llamados intermediarios, quienes regularmente conocen el sector y ofrecen precios bajos. Ellos son quienes se encargan de distribuir estos productos en los principales mercados.

El atraso económico y social hace que el productor mantenga un estilo de vida, con hábitos culturales y costumbres que se diferencian de los consumidores de artesanías, suceso que dificulta la adaptación de los productos artesanales a los requerimientos de consumo.

Los intereses de un agente de ventas son diferentes del productor, le interesa principalmente como ganar más, por ello, copia los modelos sin importar su origen. Es por ello que las innovaciones y el diseño en la producción que realizan los artesanos, son sugeridas por los agentes de comercialización, de esa forma se complica la situación porque la mayoría de las

veces, el artesano no tiene capacitación, solo obedece a sus gustos o a sugerencia de personas que no tienen que ver con el sector artesanal.

La excesiva oferta de las artesanías, da lugar a una fuerte competencia entre los propios artesanos, dando lugar a la caída de los precios.

A todo ello debe añadirse que la situación económica del Ecuador, reflejada en el encarecimiento del costo de vida, circunstancia que obligó a los ecuatorianos a asumir medidas, orientadas principalmente a la reducción del consumo de los bienes y servicios, incluyéndose en este grupo, algunas artesanías.

En lo que respecta a la exportación de artesanías, éstas no han tenido mayor significación en la economía nacional. El producto de mayor exportación, tradicionalmente, fue el sombrero de paja toquilla (Valencia, 2013).

## **2.4.4. DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACIÓN**

### **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Los negocios dentro del sector artesanal están inmersos de conocimiento popular.

El canal en sí es importante por la cantidad de servicios que proporciona al artesano, y que no están a su alcance, como el transporte, la selección de mercados, el empaque, los productos en una línea más amplia, la información sobre mercados, y otros.

Es normal creer que el principal problema del sector es la intermediación porque los procesos, para que el producto llegue al consumidor final, incrementan el precio del producto; mientras que para el artesano se reduce tanto que apenas puede sobrevivir. Generalmente ocurre que en los esfuerzos para distribuir el producto se utiliza más de la capacidad que tiene el productor, y el distribuidor carece de la habilidad para responder cuando los clientes hacen pedidos de emergencia, o de mayor volumen a lo acostumbrado, lo que obliga a buscar estrategias novedosas y factibles (Rivas, 2013).

Cuando existe poca facilidad local para obtener la materia prima y el interés del apoyo del gobierno local está enfocado a lo social, los intermediarios actúan como un canal de doble

función: abastecen de materia prima al productor y distribuyen el producto. Entonces, el intermediario cumple una función más en la economía local, los pequeños productores juegan un papel importante como proveedores de los revendedores y, así, los productores enfrentan rápidos incrementos en sus ventas.

Hoy, las empresas buscan sobrevivir por medio de la habilidad para la elección y aplicación de estrategias. El ambiente es más competido y globalizado. Para mantener una posición frente a la competencia se debe obtener la mayor eficacia posible teniendo una ventaja sobre los competidores (Balazote & Rotman, 2006).

El cambio de los pequeños productores se facilita por el alto grado de control que los revendedores tienen sobre el canal de distribución.

Para los intermediarios, el propósito de contar con varios proveedores en conjunto para que se convierte en una ventaja por el efecto de la competencia entre los pequeños productores.

Cabe destacar que la elaboración de productos es de forma manual, y predomina la producción familiar; convirtiéndose así los pequeños talleres familiares en pequeñas fábricas con mano de obra más calificada. Las comunidades se asemejan a una gran empresa con diferentes departamentos con funciones específicas para cada miembro. En la cadena de valor del producto, cada productor tiene su ocupación, ya sea como proveedor de materia prima, fabricante, distribuidor mayorista o minorista. La labor es especializada de acuerdo con sus recursos y habilidades.

La mayoría de la población se involucra en la artesanía, ya que mientras unos producen, otros terminan y venden. La comercialización se realiza por medio de la entrega de productos a los intermediarios procedentes de la misma comunidad.

Algunos intermediarios solicitan diseños únicos a los productores, los pagan a cualquier precio porque después los encargan y los reproducen con el resto de los artesanos de la población. Logran acaparar un mayor volumen de productos a menor precio (Hoyos, 2006).

El dinamismo de los negocios y el surgimiento de tecnologías para la distribución han hecho que los canales de distribución representen una ventaja y la oportunidad de reducir costos e impulsar la productividad.

En el momento de diseñar estrategias de mercadotecnia, el primer lugar lo ocupan las estrategias de producto; el segundo, las de precio; el tercero, las de distribución y, por último, las estrategias de promoción Girón, De la Paz, Ramos Sanchez, Orquidea , (2002).

Después de analizar los diferentes puntos de vista de varios autores podemos dar a conocer que lo más importante no es el producto, sino la forma en que se vende puesto que la transportación, el almacenaje, el manejo de los materiales y todas las actividades de distribución física llevan el producto a su mercado objetivo.

El canal de distribución es el camino de los productos, desde los productores hasta los consumidores, pues se ocupa de dar fluidez a los productos, incorporando su propiedad, comunicación, financiamiento, pago y riesgos que lo acompañan. Es una estructura de individuos o de organizaciones interdependientes, desde el productor hasta el consumidor final, cumpliendo funciones básicas como: de transacción, de información, de logística, de facilitación y de promoción.

## **2.4.5. MARKETING DIGITAL**

El marketing ha formado parte de las estrategias de grandes y medianas empresas para ofrecer un gran valor a sus clientes. El entorno de todas las empresas ha ido cambiando al pasar el tiempo por lo digital. El universo digital genera nuevos estilos de vida y modernos hábitos de consumo. Se puede estar conectado en cualquier momento y en todo lugar. (Andrade, 2016).

Una estrategia digital proporciona la dirección sobre cómo usar los medios y las técnicas para obtener la visión y las metas de la empresa. Las estrategias digitales le permiten mejorar la relación empresa-clientes y ver cómo interactúa con la marca.

Se logra un beneficio en el mejoramiento de la eficiencia en la búsqueda de la información necesaria para el cliente, para tomar las decisiones pertinentes. Al no necesitar papel se está protegiendo el medio ambiente, se reducen costos económicos de promoción al evitar afiches y demás elementos promocionales (Alberdi, 2000).

Las redes sociales son herramientas de comunicación de múltiples vías. El objetivo no debe ser sólo la difusión de contenidos, sino la de generar un vínculo con los usuarios. Interrogar a los clientes, incitarlos a participar, es una de las mejores maneras de llamar su atención y de demostrar un interés real en ellos. Es esencial escuchar lo que los usuarios tienen para decir;

esto permitirá a la empresa revisar su estrategia y optimizar su eficiencia. Es importante mantener siempre el estilo de nuestra marca, pero sin olvidar que las redes sociales son plataformas de comunicación social, por lo que debemos procurar que nuestros mensajes sean humanos y cercanos (Moschini, 2012).

## **2.4.6. CATALOGO DIGITAL**

El catálogo es un registro que presenta, de manera ordenada, descripciones y datos generales de individuos, objetos, documentos u otras cosas que mantienen algún tipo de vínculo entre sí (Porto & Merino, 2016).

Gracias a los catálogos, el público puede tener una primera aproximación al producto que se ofrece. Así, mediante los mismos se suele dar una detallada información de cada elemento puesto a la venta Editorial Definición MX, (2014).

El catálogo es una herramienta que ha estado en continua evolución, pero en los últimos años, debido al desarrollo de Internet, su crecimiento ha sido acelerado. El contenido y los servicios que ofrece se han extendido considerablemente, de ahí que, a nivel teórico, se hayan establecido distintas etapas y denominaciones tras analizar su progreso. El usuario es el destinatario principal de todas las innovaciones, avances y mejoras realizadas en los interfaces de consulta y presentación de la información (Miralles, 2009).

Los catálogos online pueden estar alojados en el sitio propio de la entidad que los comercializa o pueden estar alojados en sitios especialmente desarrollados para albergar a este tipo de elementos provenientes de distintos comerciantes. Editorial Definición MX, (2014).

Según Michael Gorman, el catálogo en línea permite que los usuarios resuelvan los problemas de acceso a la información porque provee acceso a través de diferentes puntos de acceso como autor, título, tema. El catálogo en línea no solamente es más fácil de usar, sino que es más rápido que los catálogos convencionales. Como resultado, las bibliotecas en la era de la información tienen dos opciones: o adoptan el catálogo en línea o continuara ofreciendo productos y servicios anticuados (Alvarado, 1990 ).

## **2.4.7. VENTAS POR INTERNET**

La característica de este sistema es que el cliente recibe un catálogo o folleto digital, en el que le describen todos los productos que pueden ser adquiridos y un formulario de pedidos.

Se puede utilizar al correo para las ventas a través de Internet, que es un sistema de comunicación interactiva que permite el acceso a una página Web. Sitio desde el cuál se pueden ver los productos previamente seleccionados en el catálogo muestrario con todas sus características y precios, además cuenta con información relativa a sitios de venta, proveedores etc.

Los artesanos que deseen incursionar en este método de comercialización deben analizar detenidamente el mismo, realizar un análisis de costos operativos frente al incremento de las ventas y en última instancia el nuevo rendimiento con este sistema. Este método no es simple, por ello se recomienda recurrir a estos procedimientos de venta solamente como una posible canalización de ventas y no como la base de su negocio.

Aun cuando no es requisito ofrecer garantía de la artesanía vendida por este sistema, es preferible mencionarla. Esto significa que, si un cliente no queda satisfecho por cualquier razón, habrá que reembolsarle el dinero de su compra. Sin embargo, experiencias de otros países muestran que las devoluciones son escasas y no representan problemas. Hay que recordar que el comprador al no conocer al productor, confía en la imagen proporcionada por un catálogo o folleto.

El catálogo debe contener una amplia variedad de artesanías dentro de una escala de precios. Hay que tomar en cuenta que este promocional cuesta dinero y que solamente resulta provechoso si contiene un buen número de artículos que los clientes podrían comprar (Carlosama, 2014).

De preferencia el catálogo debe tener numerosas artesanías, la idea es combinar esfuerzos con otros artesanos, de esta forma se reducirán los costos y se contará con una gran variedad de productos.

La preparación de una lista de clientes propios, aptos para el envío de catálogos o folletos lleva bastante tiempo, por ello, se puede recurrir a otros medios para aumentar el directorio de clientes. Se puede propiciar un intercambio de listas con otros comerciantes que busquen mercados similares.

## **2.4.8. COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS**

En la comercialización de las artesanías, como en la de cualquier producto, los estándares de calidad y volúmenes de producción para mantener un mercado hacen que el negocio se preocupe más por los canales que por el producto.

El dinamismo del comercio de productos artesanales, activado principalmente por el dinamismo del turismo nacional e internacional, provoca una serie de estragos y efectos de variada índole en el comportamiento del estrato artesanal. Las tradicionales formas de producción, se ven remecidas por la apertura o ensanchamiento del mercado.

La demanda de grupos sociales, nacionales o extranjeros obligan al artesano a asumir nuevas estrategias de trabajo, induciéndole a introducir nuevos modelos y diseños a fin de incrementar el volumen de producción y el nivel de productividad.

El reto es producir mayor cantidad, ello no implica mejorar la calidad de los productos, el objetivo es permanecer en el mercado, sin ser eliminado por la competencia que puede provenir bien sea de los propios artesanos o de la producción industrializada si la demanda es buena (Maza, 2007).

La expansión de la demanda por el turismo, conduce a la consolidación de un artesanado. Además, estimula el surgimiento de nuevos productos artesanales.

El turismo aumenta el tamaño del mercado. Las actividades artesanales que sirvieron para autoabastecimiento de las comunidades o para la venta en mercados locales o regionales restringidos se convierten, gracias a la expansión de los mercados por el turismo, en una importante alternativa de ocupación, que genera ingresos complementarios para el sector artesanal.

## **2.4.9. CALIDAD Y COMERCIALIZACIÓN**

Algunas de las ramas de artesanías ecuatorianas tienen capacidad y oportunidad de comercializar en los mercados internacionales. Para ello se requiere de artesanos e impulsores capacitados tanto en la organización, como en la producción y comercialización.

## **2.4.10. COMO ACCEDER A MERCADOS INTERNACIONALES**

Para vender en el exterior se requiere de un catálogo o folleto, documento que debe mejorar y resaltar la imagen del producto, tanto en el aspecto cultural, como recuperando memorias e identidades.

Para Salazar, (2005) la calidad del producto que se desea comercializar en los mercados externos es fundamental. Esta variable que persigue la satisfacción de las expectativas del cliente, respecto a la adecuación de formas, volúmenes, situación cultural y capacidad adquisitiva del comprador.

Acceder a mercados externos, lograr posición y éxito no es fácil; requiere de un nuevo esquema de producción artesanal, con énfasis en el desarrollo del diseño, calidad del producto y presentación, para ello se deberán seleccionar las materias primas y técnicas de elaboración.

Observando las características que deben tener las artesanías a negociarse en los mercados externos, se recomienda dos sistemas de ventas. El Primero que consiste en comercializar directamente las artesanías a través de la participación de los artesanos en ferias internacionales y mesas de negocios, o en su defecto, vender sus artículos a través de agentes profesionales de comercialización.

El segundo propone la instalación de un catálogo digital comercializador de artesanías.

Las formas de acceder a mercados externos y la conexión con alguno de sus canales de distribución no son predeterminadas, hay que estudiarlas y ambientarles. Deben cambiar en función de la estrategia que cada artesano elija para adaptarse a estos nuevos los mercados. Se requiere que las artesanías interesadas opten por un sistema de comercialización exploratorio, que es poco costoso y con menores riesgos. Con el tiempo puede dar paso a fórmulas más complejas, pero también más eficaces y rentables.

Por sus características diferenciadoras, las artesanías de la parroquia Tarqui pueden ingresar en los mercados extranjeros, ya sea participando en ferias internacionales, mesas de negocios, exportando directamente o estableciendo un catálogo digital.

## **2.4.11. ESTRATEGIA COMERCIAL**

La comercialización de los productos artesanales, se lo realizará a través de varias estrategias comunicacionales.

### **Publicidad.**

Consiste en cualquier forma impersonal de presentación y promoción de ideas, bienes servicios, para crear imagen de marca, informar, persuadir, reconocer a un público objetivo con la finalidad de atraer a posibles clientes.

Para la promoción, primero se debe crear una página web en donde se detalle cada uno de los productos y los procedimientos para su elaboración. Incluir en esta promoción la importancia de transmitir los contenidos culturales como forma de fortalecer su identidad. Además incluir información básica cultural sobre como la cultura Kichwa mantiene sus técnicas ancestrales para la elaboración de artesanía (Balazote & Rotman, 2006).

De igual manera se puede colocar diferentes Exposiciones en sitios claves de la ciudad en temporada alta, con la finalidad de captar a los turistas y darles a conocer el catálogo digital.

Difundir como la Nacionalidad Indígena impulsa un emprendimiento, sin desvalorizar su cultura. La web, deberá contener buena fotografía de los procesos de producción artesanal, video y textos bien redactados en idioma español, Kichwa e inglés. Una estrategia para que los turistas visiten la página, seria vincular la página a webs de empresas dedicadas al Turismo (hotelería, Restaurant, operadores Turísticos, GADS).

Se puede promocionar a través de la entrega de muestras artesanales a los turistas, es una forma de conseguir clientes. Es un medio de comunicación importante, ya que permite rebasar fronteras, más allá de la radio, la televisión y la prensa escrita. Se puede difundir nuestros productos artesanales a través de la creación de una web, dinámica en donde se exponga las cualidades de cada una de las artesanías y la importancia cultural para las comunidades.

## **2.4.12. COMERCIO JUSTO**

La Organización Mundial del Comercio Justo (2006) nos da a conocer que el Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos.

## **3. CAPÍTULO III**

### **3.1. Localización**

La presente investigación se la realizara en la Universidad Estatal Amazónica y su entorno, entendido éste como las comunidades de nacionalidad kichwa de la parroquia Tarqui que se encuentran dentro de la provincia del Pastaza.

### **3.2. Tipo de Investigación**

Se realizara una investigación cualitativa con enfoque descriptiva, el autor (Morales, 2010) nos da a conocer que este tipo de investigación consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Por otra parte tambien se utilizará la investigacion de tipo exploratoria para asi tener un acercamiento al problema que se desea estudiar y además se tomara cuenta algunos antecedentes que estén relacionados con este tema de estudio.

### **3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

Para el cumplimiento del primer objetivo se utilizará la metodología descriptiva, mediante las visitas a las comunidades kichwas donde se aplicará las fichas de inventario de patrimonio del INPC.

Técnica cualitativa (Grupos focales y Sesiones de trabajo) con las comunidades involucradas para recoger sus propuestas, mediante entrevistas a los artesanos de las nacionalidades cuya guia se puede observar en anexos.

La observación directa como herramienta técnica para conocer la realidad en la que se encuentra el territorio de investigación del presente proyecto, mediante un trabajo de campo.

Para la categorización de las artesanías se utilizará el método exploratorio el cual indica que el problema de investigación es poco estudiado, esto contribuirá a la caracterización de las artesanías.

Para la comercialización: - La información para el catálogo digital será obtenida mediante la metodología descriptiva, esta será analizada y categorizada por nacionalidad y por el uso que le dan a cada producto.

El producto contará con una breve descripción, como es el material del cual está elaborado, significado de los detalles y sus colores.

Se elaborará un catálogo digital, el cual será difundido mediante las TICS para llegar a mayor número de consumidores.

Tabla 1:Entrevista a los Artesanos de la parroquia Tarqui

ENTREVISTADO	COMUNIDAD	ESPECIALIDAD	AÑOS DE PRODUCCIÓN
Melida Fernandez	Putuimi	Obrera en Cerámica, fibras, semillas, plumas	8 años
Andrea Chimbo	Sacha Wasi	Obrera en Cerámica, fibras, semillas	11 años
Luis Vargas	Wayuri	Obrero en Cerámica, semillas, fibras	4 años
Antonio Vargas	Kuri Warmi	Obrero en Tallado en madera, cerámica, semillas	4 años
Maria Vargas	Cotococha	Obrera en Tallado en madera, plumas, cerámica, semillas, fibras	35 años
Clara Chango	Ukuy Wasi	Obrera en Cerámica, semillas, plumas, tallado en madera	5 años

## 4. CAPÍTULO IV

### 4.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

**Objetivo 1:** Para realizar el objetivo numero uno se utilizaron las fichas de inventario del patrimonio cultural inmaterial del INPC para realizar un inventario de las técnicas artesanales que las comunidades indígenas de la parroquia Tarqui utilizan para la producción de artesanías. Para ello se realizó visitas de campo a las diferentes comunidades de la parroquia donde se entrevistaron a miembros de la comunidad que se dedican a la elaboración de artesanías y fue así como se logró obtener la información necesaria para llenar las fichas de INPC .

Tabla 2:Tabla de entrevistados

TABLA DE ENTREVISTAS A LOS ARTESANOS	
Entrevistado 1	El primer entrevistado es de sexo femenino se llama Melida Mercedes Fernández es de nacionalidad Kichwa pertenece a la comunidad Putuimi tiene 46 años de edad su nivel de instrucción es Primaria es artesana, trabaja junto a cuatro miembros de su familia entre ellos sus dos hijas, su esposo y ella. Melida elabora artesanías hace 8 años, los productos que más utiliza son barro, balsa, chonta, semillas, plumas, chambira entre otros, los conocimientos que hoy tiene fueron transmitidos de su abuela quien también fabricaba artesanías, además cada objeto que ella realiza tiene un significado cultural para su familia y su comunidad de mujeres guerreras, valientes y fuertes, también menciona que cada objeto tiene un tiempo de elaboración como por ejemplo las mokawas pueden llegar a tardar 2 días en adelante dependiendo del tamaño. La entrevistada tiene una lucha día a día para no dejar perder estas costumbres ancestrales, los productos que realizan son vendidos en su comunidad siendo las pulseras las más vendidas y las ganancias sirven para el sustento de la familia.
Entrevistado 2	El segundo entrevistado es de sexo femenino se llama Andrea Chimbo es de nacionalidad Kichwa pertenece a la comunidad Sacha Wasi tiene 19 años de edad su nivel de instrucción es Secundaria se dedica a las actividades de turismo y a la elaboración de las artesanías hace 11 años

	<p>junto a 10 familias más de la comunidad, Andrea al momento de elaborar las artesanías se imagina muchas cosas entre ellas las montañas, animales, caminos ancestrales y cada uno tiene su significado que al momento de elegir no sabe por cual optar con todo esto trata de plasmar las tradiciones antiguas de sus ancestros, también menciona que las artesanías más fáciles de fabricar son las de semillas debido a que pueden llegar a elaborar de tres a cuatro docenas al día y las artesanías más complicadas son las de tallado que se demora un día entero en realizar apenas una docena.</p> <p>En la comunidad Sacha Wasi existe un tipo de reglas que la mujer debe realizar por lo menos una artesanía en el día para que tengas tu sustento familiar menciona también que los precios de las artesanías son variados que van desde 2 dólares hasta los 40 dólares dependiendo del modelo y tamaño.</p> <p>Los miembros de esta comunidad realizan sus ventas en una casa artesanal que tienen allí y también en ferias de diferentes ciudades.</p>
Entrevistado 3	<p>El tercer entrevistado es de sexo masculino su nombre es Luis Vargas es de nacionalidad Kichwa pertenece a la comunidad Wayuri tiene 37 años de edad su nivel de instrucción es primaria estado civil unión libre se dedica al turismo comunitario menciona que la comunidad a cual pertenece se dedica a la elaboración de las artesanías desde hace 4 años las mujeres son las encargadas de elaborar los collares, las mokawas, los aretes, las pulseras, llaveros y los hombres son los encargados de elaborar todos los productos de madera así como lanzas bodoqueras y tallados. En esta comunidad existen 6 familias que se dedican a la elaboración de artesanías, entre las que más destacan son las canoas de balsa, lámparas de bambú con diferentes figuras, pájaros en balsa, machetes en chonta, ellos se inspiran en todo lo que existe en la naturaleza e incluso en sueños o mitos.</p> <p>Luis menciona que la comunidad Wayuri tienen un ingreso aproximado de 10 a 20 dólares por día por medio de las artesanías, adicional a esto también da a conocer que ellos no tienen ningún intermediario para la distribución de sus productos artesanales y que los precios que tienen este tipo de</p>

	<p>artesanías son muy bajos por esto han buscado ayuda del consejo provincial para que les brinden capacitaciones para la elaboración de artesanías en balsa para que sus acabados tengan otro valor.</p>
Entrevistado 4	<p>El cuarto entrevistado es de sexo masculino su nombre es Antonio Vargas es de nacionalidad Kichwa pertenece a la comunidad Kuri Warmi tiene 24 años de edad su nivel de instrucción es secundaria estado civil soltero es artesano menciona que en esta comunidad se dedican hace 4 años a la elaboración de artesanías es una comunidad pequeña dentro de esta comunidad se dedican 3 personas a fabricar artesanías entre ellos están su madre, su primo y el, los productos que fabrican son sombreros de paja toquilla, tallados, mokawas y pulseras, en Kuri Warmi los colores que más utilizan son el rojo, negro y blanco y las figuras que utilizan son de soles, de mujeres de la selva y de hombres guerreros.</p> <p>Para la elaboración de estas artesanías se utilizan semillas y madera de la selva no utilizan ningún material que no sea de la selva, indican también que la única herramienta que se utiliza para la elaboración de las artesanías es un taladro para realizar orificios a las semillas y lo demás es elaborado manualmente. Antonio lamenta que en la comunidad no tengan una casa artesanal e incluso menciona que desearía que sus productos sean promocionados en página web debido que así tendrían una mayor venta, pero por el momento estos productos artesanales reposan en sus hogares y lo sacan solo cuando llegan los turistas a visitar la comunidad.</p>
Entrevistado 5	<p>El quinto entrevistado es de sexo femenino su nombre es María Vargas es de nacionalidad Kichwa pertenece a la comunidad Cotococha, tiene 69 años de edad, no posee ningún nivel de instrucción, estado civil casada lleva ya 35 años elaborando artesanías, aprendió este oficio desde niña por lo cual ha ganada mucha experiencia y ha facilitado para que comparte sus conocimientos con sus hijas y nietas quienes también fabrican artesanías. María es la líder de esta comunidad y menciona que mantener las tradiciones ancestrales ha sido muy difícil debido a que los habitantes de</p>

	<p>esta comunidad ya no desean realizar artesanías porque no tienen muchas ganancias a pesar que la elaboración es muy sacrificada, pero pese a estos pequeños inconvenientes siguen fabricando artesanías e incluso poseen una casa artesanal donde cada familia tiene su stands para que pueden vender. En esta casa artesanal existe una gran variedad de productos artesanales de semillas, plumas, madera, barro que son vendidas a los turistas que llegan a realizar turismo comunitario. El proceso de la elaboración de artesanías empieza con la recolección de la materia prima es decir del barro para las mokawas y de más objetos que son realizados con este tipo de materia y de las semillas para la bisutería, cada objeto tiene su proceso y su tiempo de demora en los objetos de barro utilizan colores rojo, blanco y negro estos tres colores tiene un significado de suerte y buena vibra, los dibujos que son hechos en las mokawas lo realizan con finos pinceles elaborados por ellas mismas de cabellos de las niñas, otros materiales que suelen utilizar son los mullos y las plumas de aves con los cuales realiza hermosos collares, manillas, llaveros y anillos la distribución del dinero por las ventas de la artesanía se realizan dependiendo de cómo vendan en su stands el dinero no es repartido para toda la comunidad si no lo coge la que elabora dicha artesanía vendida.</p>
Entrevistado 6	<p>El sexto entrevistado es de sexo femenino su nombre es Clara Chango es de nacionalidad Kichwa pertenece a la comunidad Ukuy Wasi, tiene 48 años de edad, no posee ningún nivel de instrucción, estado civil casada, es agricultora el tiempo que lleva en la elaboración de artesanías es de 5 años menciona que 8 mujeres de la comunidad son las que se dedican a la elaboración artesanal cuentan con una casa artesanal, para Clara las artesanías es un medio por el cual expresan sus emociones y destrezas al momento de elaborar las artesanías</p> <p>Clara da a conocer que las artesanas de esta comunidad están muy preocupadas debido a que la venta de las artesanías ha disminuido y que incluso hay veces que han optado por bajar los precios para que las personas</p>

	<p>puedan comprar las artesanías, y por esta razón muchas de las mujeres de la nueva generación ya no desean realizar las artesanías y prefieren migrar a la ciudad en busca de otros trabajos que generen más ingresos económicos para la familia.</p> <p>Elaboran las artesanías con materiales de la selva solo en el caso de los mullos son los únicos que son comprados en la ciudad de Puyo.</p>
--	--

Elaboración y diseño: Darío Guananga

Después de analizar las entrevistas a varios miembros de las comunidades de la parroquia Tarqui podemos concluir que la producción artesanal es un aspecto de gran importancia para todos los entrevistados, ya que forma parte de su identidad cultural que ha sido transmitida de generación en generación y esta producción contribuye a generar ingresos para sus familias. La señora María Vargas recalca la existencia de gran variedad de artesanías en diferentes texturas, modelos y colores; cada modelo tiene diferentes significados, ya que las mujeres para realizarlos usan su imaginación al pensar en la flora y fauna amazónica y plasmarlos en las figuras y colores. Andrea Chimbo menciona que muchas de las veces usan sus sueños y mitos para crear nuevos modelos. En todas las comunidades la mayoría de artesanías son elaboradas por las mujeres kichwas, a excepción de las artesanías elaboradas a base de madera; Antonio Vargas menciona que este tipo de producción requiere de mayor uso de la fuerza por lo que los hombres se encargan de ellas.

Los artesanos utilizan varias técnicas para la elaboración de artesanías como, por ejemplo: a base de barro, semillas, paja toquilla, tallado en madera, mullos y plumas. Entre los objetos elaborados están: mokawas, vasijas, ollas, figuras de animales, ceniceros, tinajas, collares, aretes, pulseras, anillos, sombreros, shigras, lanzas, machetes, bodoqueras, llaveros, coronas, lámparas, figuras de madera, etc.

El señor Luis Vargas recalca que todas las comunidades cuentan con el apoyo de las instituciones públicas como lo es el Gobierno Provincial de Pastaza, quien ha empezado a dar capacitaciones a todas las comunidades que realicen artesanías para que de esa manera vayan

perfeccionando sus técnicas en tallado de madera, elaboración de bisutería, cerámica y sus artesanías tengan mejores acabados.

Todos los entrevistados mencionan que no cuentan con un buen plan de comercialización, es decir no tienen los conocimientos necesarios para realizar la venta de sus productos. Para la venta de los productos artesanales, cuentan con una casa de artesanías dentro de la comunidad donde los turistas pueden llegar y adquirir los productos. Estos objetos son desvalorizados y los venden a precios muy bajos. Al ser este un grave problema la señora Clara Chango alega que muchos hombres y mujeres de las comunidades han decidido dejar de realizar esta actividad y buscar otras que les den mayores ingresos económicos; la migración a otros países se ha dado en grandes cantidades.

## 4.2. INVENTARIO DE ARTESANÍAS DE LA PARROQUIA TARQUÍ

Tabla 3:Ficha de Patrimonio Cultural de Barro

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> <b>DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO</b> <b>CULTURAL INMATERIAL</b> <b>FICHA DE INVENTARIO</b> <b>A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES</b>			<b>CÓDIGO</b>	
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>				
<b>Provincia:</b> Pastaza		<b>Cantón:</b> Pastaza		
<b>Parroquia:</b> Tarquí		<input type="checkbox"/>	<b>X</b>	<b>Rural</b>
<b>Urbana</b>				
<b>Localidad:</b> Cotococha				
<b>Coordenadas WGS84 Z17S - UTM:</b>				
<b>X(Este)</b> 843458		<b>Y (Norte)</b> 9822276		<b>Z (Altitud)</b> 890
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>				



**Descripción de la fotografía:** MUJER KICHWA DE LA COMUNIDAD COTOCOCHA ELABORANDO OBJETOS DE BARRO DE BARRO SOBRE UNA TABLA FOTO: DARÍO GUANANGA, 2019

**Código fotográfico:**

### 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
OBJETOS DE BARRO PASTAZA-TARQUÍ	D1	CERAMICA
	D2	N/A
Grupo Social	Lengua(s)	
KICHWA	L1	KICHWA
	L2	ESPAÑOL
Subámbito	Detalle del subámbito	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	ELABORACION CON BARRO	

#### Breve reseña

Una de las costumbres de la cultura kichwa es aprovechar al máximo los conocimientos ancestrales heredados de sus antepasados y aplicarlos en la realización de artesanías con elementos que provee la madre naturaleza, uno de ellos el barro.

Realizar este tipo de arte es transmitir esos conocimientos ancestrales de nuestra cerámica e inculcar estos valores en las presentes y futuras generaciones, procurando siempre que dichos conocimientos

vayan de la mano con el cuidado y protección del ambiente.

Los objetos de barro son recipientes de diferentes tamaños, confeccionados por las mujeres para su esposo; se usan especialmente para tomar la chicha de yuca, cocinar y de decoración. Se caracterizan por su textura sumamente fina y frágil y por llevar diseños geométricos muy especiales, portadores de significados diferentes, puntas de lanzas inspiradas en la habilidad de los hombres en la cacería.

#### **4. DESCRIPCIÓN**

El proceso se inicia con la recolección de la arcilla que está a 30 metros de su vivienda. El polvo se mezcla con agua dando forma a una masa consistente y que está lista para ser manipulada.

El material se ubica sobre ramas o fundas plásticas, la base es la primera en ser elaborada para luego continuar con el cuerpo o las paredes, una fina tira de arcilla que se asemeja a una culebra comienza a ser envuelta para dar forma a las paredes del utensilio, los gruesos dedos de las indígenas aplastan y aprietan para que no se deshaga. Cuando se tiene la forma rústica de la vasija se comienza a tornarla lisa para eso, se pone un poco de agua y se le pone los detalles que caracterizan a la comunidad.

Una vez que están listos los objetos, como mokawas, ollas, ceniceros, cornetas, jarrones y tinajas, se los deja secar al sol por tres días. Luego son colocados en un horno especial para que se cocinen y mantengan la forma

El siguiente paso es dar brillo cuando el objeto aún está caliente, este proceso se hace con la resina de pungará, este barniz natural se extrae de un árbol de la selva amazónica. La planta se ubica a 30 minutos caminando desde la vivienda de Andrea Chimbo . La especie de laca brinda protección al barro.

Luego de este proceso se adorna con figuras que representan a la tierra, la naturaleza, los animales o figuras con líneas y círculos, el pincel que es utilizado se fabrica con pequeños mechones de su cabello o de hojas de sus chacras. La pintura utilizada es la del fruto amazónico wituk o las pepas de conambo. el líquido negro se obtiene luego de aplastarlo, el tinte también es utilizado para tinturar el cabello de las mujeres o los rostros en las fiestas ancestrales de las nacionalidades.

Finalmente son vendidas a los turistas que llegan a la comunidad y también es utilizado en ocasiones especiales y se sirve en estos recipientes la guayusa y la chicha de yuca, mantienen esta tradición ancestral y la transmiten de generación en generación

<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>	
	Anual	Esta tradición artesanal ha perdurado gracias a que los miembros de las comunidades Kichwas han transmitido sus conocimientos de generación en generación para mantener viva sus costumbres. La promoción de esta actividad ha logrado a que sea conocida por varias personas y su comercialización vaya creciendo cada día más.	
x	Continua		
	Ocasional		
	Otro		
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>	
	Local	Para la elaboración de los objetos de barro existe una intervención familiar en la cual la mujer, es la encargada de ir a buscar el barro adecuado para la elaboración debido a que ellas son las expertas en identificar este tipo de material, este tipo de barro se lo encuentra en orillas del río que están cerca de la comunidad, por otra parte también el padre es el encargado de ir a la selva en buscar del fruto llamado wituk para la debida decoración los objetos de barro y finalmente están las hijas quienes ayudan en la elaboración y decoración de la vasija.	
	Provincial		
x	Regional		
	Nacional		
	Internacional		
<b>Productos</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Uso</b>	<b>Detalle del uso</b>
<b>P1</b>	<b>MOKAWA</b>	<b>RITUAL</b>	La mokawa transmite identidad y sobre todo cultura, en comunidades indígenas de las provincias de Morona Santiago y Napo, las mokawas son utilizadas en diferentes festividades para la toma de la chicha de yuca y chonta y mientras que en otras provincias del país son valoradas como una reliquia y suelen tenerlas en mostradores en sus hogares o en museos.
<b>P2</b>	<b>OLLAS</b>	<b>UTILITARIO</b>	Son vasijas de barro que las mujeres kichwas utilizan para cocinar sus productos tales como yuca, plátano y también para

				cocer carnes pues en este tipo de ollas el sabor se concentra más y la comida sale deliciosa.
<b>P3</b>	<b>CENICEROS</b>	Tienen forma de hojas y dentro de estas se encuentran figuras de animales de la selva son pintadas con colores negro, blanco y rojo estos colores tienen un significado de suerte para los habitantes de las comunidades indígenas.	<b>UTILITARIO</b>	Las personas utilizan para colocar las cenizas de los cigarrillos y también lo utilizan como decoraciones en bares y en hogares.
<b>P4</b>	<b>CORNETAS</b>	Es un objeto en forma de caracol elaborado con barro y tiene adornos de animales en la parte superior.	<b>RITUAL</b>	Los hombres de las comunidades Kichwas utilizan este objeto para llamar a los miembros de la comunidad cuando existen reuniones o fiestas depende de la ocasión se realiza los soplidos, también son utilizados en museos como demostraciones de la cultura Kichwa y en hogares de personas mestizas como adornos.
<b>P5</b>	<b>TINAJAS</b>	Son un tipo de olla gigante las cuales poseen figuras de la selva y colores llamativos.	<b>RITUAL</b>	Es utilizada para guardar la bebida autóctona que es la chicha de yuca además también son usadas para cocinar cuando existen fiestas en la comunidad y en las ciudades son usadas como reliquias y como decoración
<b>P6</b>	<b>FIGURAS</b>	Son representaciones de animales y otros dioses que los shamanes observan en las visiones o ven en sus sueños.	<b>RITUAL</b>	Son utilizados para decorar el hogar y para alejar las malas energías de la familia.

<b>P7</b>	KAYANA	Son un tipo de plato los cuales poseen figuras de la selva y de color café y negro.	RITUAL	Son utilizados para servir los alimentos a toda la familia.
<b>Técnica</b>				
<b>T1</b>	ROLLOS O CHURROS	Se utilizan unos rollos o churros de arcilla de un grosor variable, según el tipo y volumen de la pieza, como los que hacías con plastilina. Estos churros se hacen presionando una porción de pasta contra la mesa usando los dedos y la palma de la mano extendidos, hasta lograr la longitud y el grosor deseados. Inicia con una base fabricada a partir de una plancha o enroscando churros, luego añade rollos poniéndolos uno sobre otro. A medida que avances en la pieza, con el dedo o cualquier palillo de modelar, apachurra un rollo contra el otro por las paredes internas y externas de la pieza hasta que queden lisas. Puedes utilizar tantos rollos o churros como sean necesarios para lograr la altura que desees en tu pieza.		
<b>T2</b>	PELLIZCO SOBRE BOLA	Ésta es una de las técnicas más antiguas, quizás la que primero usó el hombre para hacer sus utensilios. Toma la pasta y dale forma de bola, introduciendo el dedo pulgar en el centro de la misma, ve “pellizcando” con los dedos, moldeando el contorno deseado, formando paredes más o menos gruesas. A veces, por la evaporación y la absorción del agua por el calor de las manos, surgen una serie de grietas en la pieza que se solucionan humedeciendo la pasta con la mano y tallando la superficie suavemente.		
<b>Materiales</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>
<b>M1</b>	BARRO	ARCILLA	RÍO VENCEDORES, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA
<b>Herramientas</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>
<b>H1</b>	PINCEL	TRADICIONAL	VENCEDORES, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA
<b>H2</b>	PALETAS	TRADICIONAL	VENCEDORES, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA

5. PORTADORES / SOPORTES				
Tipo	Nombre	Edad / Tiempo de actividad	Dirección	Localidad
Individuos				
Colectividades	COMUNA VENCEDEORES	35 AÑOS	VÍA A POMONA	EMPREDIMIEN TO SACHA WASI
Instituciones				
<b>Procedencia del saber</b>	<b>Detalle de la procedencia</b>			
X	Padres-hijos	Los conocimientos son transmitidos de generación en generación tal es el caso de Andrea Chimbo quien nos da a conocer que aprendió la elaboración de objetos de barro gracias a su abuela y ha tratado de mejorar su técnica con el pasar de los años. Conocer este saber le ha impulsado a enseñar a sus hijos para que sean transmisores de este saber y a la vez promocionar la cultura de aquí.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>Transmisión del saber</b>	<b>Detalle de la transmisión</b>			
x	Padres-hijos	Este tipo de transmisión de conocimiento empírico se realiza generalmente de forma oral, independientemente de que las formas de transmisión de conocimientos, prácticas y tradiciones responda a particularidades propias de cada comunidad o grupo. Por otro lado, hay conocimiento adquirido que juega un papel importante en la preservación, en este caso, de la confección de los objetos de barro, conocimiento que se enfoca en el comercio y les agrega un valor adicional a las mismas.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
6. VALORACIÓN				
<b>Importancia para la comunidad</b>				
La elaboración de los objetos de barro tiene una gran importancia cultural tanto para la comunidad como para el país por lo que conlleva a una relación social entre las diversas comunidades quienes están vinculados, y de esta manera ayuda a solventar toda clase de necesidades que tienen esta comunidad.				
Por otro parte la comercialización de los objetos que provienen del barro ayudado a que exista intercambio cultural entre regiones y ayudado a que la cultura amazónica ecuatoriana sea reconocida				

no solo a nivel Nacional si Internacional es por esta razón que fue declarada como una artesanía emblemática de nuestro país.

### Sensibilidad al cambio

	Alta	Lo que más afectado es que los miembros de la comunidad optan por conseguir otros medios de sustento y sobre todo la migración a jugado como un punto en contra para que este tipo de artesanías sobresalgan.
x	Media	
	Baja	

### Problemática

En muchos de los casos los fabricantes de los objetos de barro son pagados con un valor insignificativo lo cual desmotiva al trabajador y opta por buscar otro tipo de empleo que genere más entradas para su hogar.

### 7. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
GUANANGA VILEMA DARIO JAVIER	CALLE BOLIVAR, N60- 63, PUYO	0983548729	MASCULINO	22

### 8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
MOKAWA	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	ELAORACION EN BARRO

### 9. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio
--------	-------------	--------	-------

### 10. OBSERVACIONES

N/A

### 11. DATOS DE CONTROL

Entidad Investigadora:

Inventariado por:

Fecha de inventario:

Revisado por:

Fecha revisión:

Aprobado por:

Fecha aprobación:

Registro fotográfico:

Tabla 4:Ficha de Patrimonio Cultural de Semillas

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> <b>DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO</b> <b>CULTURAL INMATERIAL</b> <b>FICHA DE INVENTARIO</b> <b>A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES</b>			<b>CÓDIGO</b>
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>			
<b>Provincia:</b> Pastaza		<b>Cantón:</b> Pastaza	
<b>Parroquia:</b> Tarquí		<b>Rural</b>	<b>X</b>
<input type="checkbox"/> <b>Urbana</b>			
<b>Localidad:</b> Cotococha			
<b>Coordenadas WGS84 Z17S - UTM</b>		<b>Y (Norte)</b>	<b>Z (Altitud)</b>
<b>:X (Este)</b> 843458		9822276	890
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>			
			
<b>Descripción de la fotografía:</b> COLLAR ELABORADO A BASE DE SEMILLAS DE SAN PEDRO Y MILISHO, POR LAS MUJERES DEL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO UKUY			

WASI. FOTO: KATHERYN RIVADENEIRA, 2019

**Código fotográfico:**

### 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
BISUTERIA AMAZONICA-TARQUÍ, PASTAZA	D1	N/A
	D2	N/A
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua(s)</b>	
KICHWA	L1	KICHWA
	L2	ESPAÑOL
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	ELABORACION CON SEMILLAS	

#### **Breve reseña**

En todas las civilizaciones, los collares, aretes, pulseras y gargantillas han sido una parte importante de la joyería. El período donde se cree que se dio el nacimiento de estas piezas es en la edad de piedra, es decir, tiene 40 mil años de antigüedad. En aquella época, solían decorarlos con moluscos. Más tarde los collares hechos de piedra, huesos, conchas marinas y dientes de animales se hicieron muy populares. Pero los mayores logros se obtuvieron luego del descubrimiento del oro, plata y una variedad de metales con los que se comenzaron a fabricar bisutería llamativa tanto para mujeres como para hombres. Estas piezas, muchas veces estaban relacionadas con la magia y el poder, por el círculo cerrado que representa, también se utilizaron como amuletos en contra de enfermedades. Los griegos limitaron su uso a las mujeres y fueron ellos los que crearon el collar en forma de cadena. En la Edad Media europea no utilizó el collar hasta el siglo XII, en que las mujeres aprovecharon de los medios artesanos y pusieron de moda la gargantilla de tela ajustada al cuello, lo que ahora llaman choker. En la actualidad, podemos disfrutar de una gran variedad en diseños y materiales de estas hermosas piezas.

### 4. DESCRIPCIÓN

Para la elaboración de bisutería utilizan el hishpapuro muyo (pepas negras), shiguango muyo (pepas cafés), melisho (pepas rojas), caimito, lagrima de san Pedro, Pepa de shicta, Pepa de talarta, todos estos productos son recolectados o cosechados en la cercanía de la población.

Se inicia con la cosecha de las semillas en el interior de la selva amazónica. La actividad puede durar

hasta dos días y está a cargo del hombre y la mujer del hogar.

Aún frescas, las semillas son perforadas y otras cocinadas para usarlas en la confección de artesanías kichwas

Luego son clasificadas por colores y tamaños, para posterior a esto pasar en el hilo que fue elaborado con la palma de chambira y dar forma a los diferentes productos, en esto las mujeres kichwas se inspiran en animales y colores de la selva.

El siguiente proceso luego que el collar ya esté terminado es pasar con una especie de brillo o laca que es extraída de la naturaleza misma y así se termina con la elaboración de este tipo de collares el tiempo de elaboración puede durar de un día a tres días depende del modelo y de los materiales por los cuales están elaborados.

Las artesanías elaboradas con semillas de la selva, son uno de los productos más apetecidos por los turistas, ya que están diseñados con semillas naturales de diferentes colores, formas y tamaños, que a más de los diseños que realizan las mujeres les dan un toque de originalidad. El proceso para la elaboración es largo, se requiere que se inicia con la recolección de las semillas. Posteriormente se procede a su secado, selección, diseños y elaboración. Con las semillas de la selva se elaboran, varias piezas: aretes, collares, pulseras, llaveros, coronas, tobilleras, cintillos, etc.

Finalmente son llevadas a la casa artesanal para poder ser vendidas a los turistas que llegan a la comunidad.

<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>		
	Anual	Esta tradición artesanal ha perdurado gracias a que los miembros de las comunidades Kichwas han transmitido sus conocimientos de generación en generación para mantener viva sus costumbres.		
x	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>		
	Local	Para la elaboración de los collares interviene el hombre y de la mujer porque los dos son quienes salen a recolectar las semillas, la mujeres son expertas en seleccionar las semillas adecuadas y los hombres colaboran con su fuerza y también protegen a su pareja de los animales que existen en la selva, Por otro lado la mujer también es la que se encarga de la elaboración del collar debido a que ellas son muy imaginativas.		
	Provincial			
x	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
<b>Productos</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Uso</b>	<b>Detalle del uso</b>	

<b>P1</b>	Collares	Los collares son elaborados con semillas naturales, y existen variedad de modelos.	UTILITARIO	Las mujeres y hombres usan los collares alrededor del cuello como adorno.
<b>P2</b>	Pulseras	Las pulseras son elaborados con semillas naturales, y existen variedad de modelos.	UTILITARIO	Las mujeres usan las pulseras alrededor de sus muñecas y tobillos como adorno.
<b>P3</b>	Anillos	Los anillos son elaborados con semillas naturales, y existen variedad de modelos.	UTILITARIO	Las mujeres usan los anillos alrededor de sus dedos como adorno.
<b>P4</b>	Aretes	Los aretes son elaborados con semillas naturales, y existen variedad de modelos.	UTILITARIO	Las mujeres usan los aretes en sus orejas como adorno.
<b>P5</b>	Llaveros	Los llaveros son elaborados con semillas naturales, y existen variedad de modelos.	UTILITARIO	Son utilizados como decoración para las llaves.

### **Técnica**

<b>Materiales</b>		<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>
<b>M1</b>	Hishpapuro muyo	VEGETAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA
<b>M2</b>	Lagrima de san Pedro	VEGETAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA
<b>M3</b>	Pepa de talarta	VEGETAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA
<b>M3</b>	Pepa de shicta	VEGETAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA
<b>M4</b>	Milisho	VEGETAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA
<b>M5</b>	Pepa de caimito	VEGETAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA
<b>M6</b>	Shiguango muyo	VEGETAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA

<b>M7</b>	Pambira	VEGETAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA
	<b>Herramientas</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>
<b>H1</b>	TALADRO	ACTUAL	PUYO, PASTAZA	COMPRADO
<b>H2</b>	NYLON	ACTUAL	PUYO, PASTAZA	COMPRADO
<b>5. PORTADORES / SOPORTES</b>				
	<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad /Tiempo de actividad</b>	<b>Dirección</b>
	Individuos			
	Colectividades	COMUNA COTOCOCHA	5 AÑOS	VÍA A POMONA COMUNIDAD UKUY WASI
	Instituciones			
	<b>Procedencia del saber</b>	<b>Detalle de la procedencia</b>		
x	Padres-hijos	Los conocimientos son transmitidos de generación en generación tal es el caso de la señora María Vargas quien nos da a conocer que aprendió la elaboración de bisutería gracias a su abuela y ha tratado de mejorar su técnica con el pasar de los años. Conocer este saber le ha impulsado a enseñar a sus hijos para que sean transmisores de este saber y a la vez promocionar la cultura de aquí.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
	<b>Transmisión del saber</b>	<b>Detalle de la transmisión</b>		
x	Padres-hijos	Este tipo de transmisión de conocimiento empírico se realiza generalmente de forma oral, independientemente de que las formas de transmisión de conocimientos, prácticas y tradiciones responda a particularidades propias de cada comunidad o grupo. Por otro lado, hay conocimiento adquirido que juega un papel importante en la preservación, en este caso, de la confección de bisutería, conocimiento que se enfoca en el comercio y les agrega un valor adicional a las mismas.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>6. VALORACIÓN</b>				
<b>Importancia para la comunidad</b>				
Para la comunidad es importante el uso de las semillas en la elaboración de las artesanías,				

primeramente porque es la puesta en práctica de una serie de competencias y conocimientos que han sido acumulados por varias generaciones, a través de la actividad o los relatos orales, que demuestran cómo las comunidades han sabido aprovechar los elementos de su entorno natural.

En segundo lugar, es una tradición para la comunidad Kichwa, es parte de su identidad cultural de tal manera que es transmitido de generación en generación de madres a hijas.

### Sensibilidad al cambio

	Alta	Cada vez, más mujeres Kichwas de la amazonia elaboran las artesanías, debido a que ellas no solo lo hacen para uso personal sino también para vender a los turistas. De esta manera tienen otra fuente de ingresos económicos.
x	Media	
	Baja	

### Problemática

Los precios de la bisutería de la parroquia Tarqui son muy bajos, la mano de obra es desvalorizada; y por esa razón los artesanos no se dedican a fabricar estos productos en grandes cantidades y prefieren buscar otro tipo de empleo para generar ingresos económicos.

## 7. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
GUANANGA VILEMA DARIO JAVIER	CALLE BOLIVAR, N60-63, PUYO	0983548729	MASCULINO	22

## 8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
MOKAWA	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	ELAORACION EN BARRO

## 9. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio

## 10. OBSERVACIONES

N/A

11. DATOS DE CONTROL	
<b>Entidad Investigadora:</b>	
<b>Inventariado por:</b>	<b>Fecha de inventario:</b>
<b>Revisado por:</b>	<b>Fecha revisión:</b>
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b>	

Tabla 5:Ficha de Patrimonio Cultural de Madera

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		
<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO <b>A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES</b>			<b>CÓDIGO</b>	
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>				
<b>Provincia:</b> Pastaza		<b>Cantón:</b> Pastaza		
<b>Parroquia:</b> Tarqui		<input type="checkbox"/>	<b>X Rural</b>	
<b>Urbana</b>				
<b>Localidad:</b> Comuna Wayuri				
<b>Coordenadas WGS84 Z17S -</b>		<b>Y (Norte)</b>		<b>Z (Altitud)</b>
<b>UTM :X (Este) 843458</b>		9822276		890
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>				



**Descripción de la fotografía:** CAIMÁN ELABORADO A BASE DE Balsa por los hombres Kichwa. FOTO: KATHRYN RIVADENEIRA, 2019

**Código fotográfico**

### 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
TALLADO EN MADERA	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo Social	Lengua(s)	
KICHWA	L1	KICHWA
	L2	ESPAÑOL
Subámbito	Detalle del subámbito	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	ELABORACION CON MADERA	

#### Breve reseña

Una de las costumbres de la cultura kichwa es aprovechar al máximo los conocimientos ancestrales heredados de sus antepasados y aplicarlos en hacer artesanías con elementos que provee la madre naturaleza, uno de ellos la madera. El tallado de la madera es una técnica que se realiza desde épocas ancestrales en las comunidades indígenas. En sus inicios daba forma a las diferentes armas para la caza y la pesca, al pasar el tiempo se fue perfeccionando la técnica hasta plasmar la naturaleza en figuras y hasta accesorios para el hogar. Realizar este tipo de arte es transmitir esos conocimientos ancestrales e inculcar estos valores en las presentes y futuras generaciones.

### 4. DESCRIPCIÓN

Esta actividad es una de las manifestaciones artesanales con mucha tradición en la zona. Con esta técnica, los pobladores hicieron los utensilios los antiguos habitantes indígenas, utilizando para ello las maderas de los ricos bosques.

El proceso comienza en la obtención de la madera fresca para ellos los hombres de la comunidad aprendieron a reconocer los diferentes tipos de madera más fáciles de moldear; se corta de acuerdo a

la medida que se requiera. Para dar la forma inicial se utiliza machete y cuchillo. Estas artesanías combinan la creatividad indígena y la herencia ancestral. Desde la antigüedad, esta habilidad no fue indiferente para los indígenas, quienes la han realizado de una manera especial, plasmando entre sus creaciones diferentes representaciones de la flora y fauna de la amazonia y utensilios para el hogar. El proceso para realizar estos tallados requiere de una particularidad especial, siendo la paciencia un requisito fundamental porque cada detalle es el valor agregado que tiene cada pieza.

El proceso de elaboración dura aproximadamente de 3 a 5 días desde que se obtiene la materia prima hasta los últimos toques finos de pintura. Entre las figuras que más elaboran las personas de la comunidad Wayuri están: loros, culebras, monos, flores, canoas, tucanes y diferentes figuras más.

<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>		
	Anual	Esta tradición artesanal ha perdurado gracias a que los miembros de las comunidades Kichwas han transmitido sus conocimientos de generación en generación para mantener viva sus costumbres. La promoción de esta actividad ha logrado a que sea conocida por varias personas y su comercialización vaya creciendo cada día más.		
x	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>		
	Local	El proceso tradicional de elaboración del tallado de madera implica diferentes actores directos e indirectos: los agricultores que son los esposos y esposas se encargan de conseguir la materia prima; de igual forma se encargan de la elaboración paso a paso juntos con sus hijas, principalmente de las provincias amazónicas como Pastaza, Morona Santiago y Napo. Para la comercialización lo hacen en una casa de artesanías que está dentro de su comunidad; también mediante ferias turísticas que realizan las instituciones públicas.		
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
<b>Productos</b>		<b>Descripción del producto</b>	<b>Uso</b>	<b>Detalle del uso</b>
<b>P1</b>	Figuras de madera	Las figuras son representaciones de la flora y fauna de la Amazonía ecuatoriana, en diversos tamaños y modelos. Los artesanos se demoran alrededor de 2 a 5 días para la elaboración	UTILITARIO	Esta artesanías tienen dos tipos de usos, depende de que artesanía sea; en primer lugar están los utensilios para el hogar, para cocina o para la caza; es decir herramientas de trabajo; y en segundo lugar están los adornos decorativos para el hogar.
<b>P2</b>	Lanzas	Es un arma de asta compuesta por	RITUAL	Utilizadas para la cacería.

		madera, en una de cuyas extremidades tiene una hoja afilada o puntiaguda. Es un arma primigenia creada por el hombre en la más remota prehistoria como principal herramienta para cazar.		
<b>P3</b>	Lámparas	Objeto que sirve de soporte para una o varias luces	UTILITARIO	Utilizadas para decoración del hogar.
<b>P4</b>	Bodoqueras	Es un arma de asta compuesta por madera,. Es un arma primigenia creada por el hombre en la más remota prehistoria como principal herramienta para cazar.	RITUAL	Son utilizadas para la cacería.
<b>P5</b>	Llaveros	Son figuras elaboradas en varios modelos de animales de la Amazonía.	UTILITARIO	Son utilizados como decoración para las llaves.
<b>Técnica</b>				
<b>T1</b>	Moldeado con formón	Esta técnica, inicia con el moldeado y determina la calidad del mismo. Se inicia moldeando los bordes más grandes para luego culminar con los pequeños detalles que darán un mejor terminado.		
	<b>Materiales</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>
<b>M1</b>	Chonta	Vegetal	Wayuri, Pastaza	Producción propia
<b>M2</b>	Balsa	Vegetal	Wayuri, Pastaza	Producción propia
<b>M3</b>	Bambú	Vegetal	Wayuri, Pastaza	Producción propia
<b>M4</b>	Palma	Vegetal	Wayuri, Pastaza	Producción propia
<b>M5</b>	Pangara	Vegetal	Wayuri, Pastaza	Producción propia
	<b>Herramientas</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>
<b>H1</b>	Formón	Actual	Puyo, Pastaza	Comprado

<b>5. PORTADORES / SOPORTES</b>				
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad /Tiempo de actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos				
Colectividades	Comuna Vencedores	4 años	Vía Pomona	Wayuri
Instituciones				
<b>Procedencia del saber</b>	<b>Detalle de la procedencia</b>			
x	Padres-hijos	Los conocimientos vinculados a la elaboración de las figuras talladas en madera han sido transmitidos de generación en generación hasta la actualidad, lo que hace de esta artesanía un elemento integrador de la familia, la historia y las tradiciones. Las leyendas, creencias sobre la naturaleza y las prácticas rituales son elementos vinculados a los conocimientos sobre cultivo, cosecha, procesamiento de la materia prima. La expansión del conocimiento a nivel nacional, en especial de la amazonía a la costa, se dio como producto de una política de estado en respuesta a la crisis económica del país. Artesanos de la región Costa han tomado a esta actividad como una forma de generar ingresos.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>Transmisión del saber</b>	<b>Detalle de la transmisión</b>			
x	Padres-hijos	La transmisión de la técnica del tallado se da en los hogares a través de la observación e imitación de las actividades que realizan los adultos; desde tempranas edades los niños y niñas se relacionan con madera a través de la manipulación imitativa y juegos espontáneos, que les dan las destrezas necesarias para que más tarde perfeccionen la técnica de la elaboración de figuras talladas de madera usando su imaginación.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>6. VALORACIÓN</b>				
<b>Importancia para la comunidad</b>				
Esta actividad es de gran importancia para las comunidades indígenas porque mediante esto pueden conservar sus costumbres y tradiciones, sin perder su identidad cultural. La elaboración del tallado de madera, conlleva un complejo entramado de relaciones sociales y culturales, permitiendo a los grupos y comunidades vinculados, solventar sus necesidades materiales y simbólicas. Por otro lado,				

la comercialización de estos productos contribuye a que la comunidad tenga más ingresos económicos.

### Sensibilidad al cambio

Alta	La migración influencia negativamente en las nuevas generaciones que buscan otras formas de sustento; demostrando desinterés por la continuidad de las técnicas y procedimientos de este saber. Otro fenómeno es la aculturación, los jóvenes de las comunidades se van adaptando a los nuevos cambios tecnológicos y sociales de las grandes ciudades y ya no quieren aprender las técnicas ancestrales.
Media	
Baja	

### Problemática

La principal problemática radica en que los artesanos reciben menores créditos de la venta del producto a nivel nacional e internacional, muchas veces los precios aumentan unas tres veces más que el valor pagado por los comerciantes a los productores. La venta y preparación de la madera no es una actividad rentable para los artesanos, por lo que se convierte en una actividad secundaria.

### 7. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Katheryn Rivadeneira	Av. Manabí, N64, Puyo	0993637548	Femenino	23

### 8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito

### 9. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio

### 10. OBSERVACIONES

### 11. DATOS DE CONTROL

<b>Entidad Investigadora:</b>	
<b>Inventariado por:</b>	<b>Fecha de inventario:</b>
<b>Revisado por:</b>	<b>Fecha revisión:</b>
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b>	

Tabla 6:Ficha de Patrimonio Cultural de Tejidos

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		
 <b>INPC</b> INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO <b>A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES</b>		<b>CÓDIGO</b>
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Pastaza	<b>Cantón:</b> Pastaza	
<b>Parroquia:</b> Tarquí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <b>Rural</b>
<b>Urbana</b>		
<b>Localidad:</b> Yuri Warmi		
<b>Coordenadas WGS84 Z17S - UTM : X (Este)      Y (Norte)      Z (Altitud)</b>		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> FAMILIA DE LA COMUNIDAD KURI WARMI CLASIFICANDO LA MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACIÓN DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA FOTO: DARÍO GUANANGA, 2019		
<b>Código fotográfico:</b>		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
TEJIDO TRADICIONAL DE LA PARROQUIA TARQUI	D1	SOMBRERO
	D2	SHIGRA CANASTAS
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua(s)</b>	
KICHWA	L1	KICHWA

	L2	ESPAÑOL
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	TEJIDO CON FIBRAS NATURALES	
<b>Breve reseña</b>		
<p>El tejido del sombrero, canastas y shigras resulta de un conjunto de conocimientos tradicionales de origen prehispánico relacionados al manejo y uso de la fibra natural, conocida como paja “toquilla” o “Jipijapa”, especie de palma propia del bosque húmedo tropical de la amazonia y costa ecuatoriana. El tejido de “tocas” prehispánicas, transformadas en sombreros de modelo europeo fue fomentado por la corona española, promoviéndose la continuidad de las técnicas y saberes tradicionales que dieron origen al “sombrero fino”. Su elaboración aportó a la integración del territorio ecuatoriano a través de la comercialización de la materia prima y la transmisión de la técnica del tejido desde la amazonia hacia la costa, convirtiéndose en un proyecto económico nacional que impulsó la incorporación del Ecuador a los procesos de modernización y al mercado internacional durante la época republicana.</p>		
<b>4. DESCRIPCIÓN</b>		
<p>El proceso se inicia con la recolección de la paja toquilla y chambira que encuentran muy cerca de sus viviendas. Luego, se realiza la extracción de los cogollos o envolturas de la paja toquilla, para ser tratada (lavada, ahumada, y blanqueada con azufre). Posteriormente se procede al tejido de los productos. El sombrero consta de tres partes plantilla, copa, y falda. El tejido se comienza por la plantilla y tiene en el centro una forma circular. Para tejer la plantilla y la falda no se requiere de instrumento alguno, pero se hace indispensable la utilización de la horma, para dar forma al sombrero. Posteriormente se procede a rematar manualmente la falda del sombrero. En ocasiones el remate lo realizan otras personas especializadas para tal fin, aunque esto no siempre es regla. Finalmente se realiza el acabado del sombrero. Para ello la prenda ya rematada se lava y se sahúma. Luego se acomoda una horma en la copa del sombrero y un cintillo de cuero alrededor de la misma, y se le unta “agua goma”, dado que ello permitirá darle la forma. Finalmente, cubierto con una manta de lienzo bien limpia, se la pasa una plancha de hierro teniendo cuidado de no quemar el material, se lo saca de la horma, se vuelve a colocar azufre para que blanquee un poquito más, y se lo cepilla. Para darle la forma final se aplica nuevamente agua goma en la plantilla y se elabora el diseño deseado que dependerá además de la creatividad del artesano. La elaboración de las canastas y shigras</p>		

elaboradas a base de chambira es similar al de los sombreros, la cantidad de fibras depende del tamaño que tendrá la canasta. Los sombreros son confeccionados para la venta a gente local y foránea. Se puede observar el proceso de tejido y hacer la compra de los mismos.

<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>	
	Anual	Esta tradición artesanal ha perdurado por el interés de los detentores en la transmisión de los conocimientos de generación en generación. La promoción de esta manifestación ha sido gestada por iniciativas individuales de los propios detentores bajo el ánimo de mantener viva la tradición y como una estrategia para la comercialización que permita el sustento de las economías familiares.	
x	Continua		
	Ocasional		
	Otro		
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>	
	Local	El proceso tradicional de elaboración del sombrero de paja toquilla implica diferentes actores directos e indirectos: los agricultores y procesadores de la materia prima, principalmente de la provincia de Pastaza( Comuna Vencedores, Nuevo Mundo, Cotococha, San Pedro), los tejedores y componedores principalmente de la parroquia Tarquí y los comerciantes a escala Reginal.	
	Provincial		
x	Regional		
	Nacional		
	Internacional		
<b>Productos</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Uso</b>	<b>Detalle del uso</b>
<b>P1</b>	SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA	UTILITARIO	El sombrero infunde un sentimiento de identidad, continuidad y cohesión social. En Kuri Warmi, el uso del sombrero está vinculado al trabajo agrícola del “indígena”, como elemento de protección contra la intemperie y de distinción social en contextos festivos. En las provincias serranas de Azuay y Cañar, su uso está vinculado a prácticas culturales en ámbitos festivos, productivos y cotidianos al formar parte del atuendo tradicional de varias comunidades.
<b>P2</b>	CANASTA	UTILITARIO	La canasta es utilizada para llevarlos a la selva y recolectar en ellas alimentos y semillas utilizadas en la bisutería.
<b>P3</b>	SHIGRAS	UTILITARIO	La canasta es utilizada para llevarlos a la selva y recolectar en ellas alimentos.
<b>Técnica</b>			
<b>T1</b>	PUNTADA DE CANGREJO	Esta técnica, a diferencia de otras regiones, inicia con el armado mismo del sombrero y determina la calidad del mismo. Se inicia la corona, se humedece las manos y con ellas se soba la paja. Tomando 8 fibras, se las cruza, dando comienzo a la primera vuelta quedando	

	O CULITO DE GALLINA	8 bajo y 8 arriba. A la tercera vuelta se dan los aumentos, que van ingresando a medida que requieren más fibras.		
	<b>Materiales</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>
<b>M1</b>	PAJA	VEGETAL	TOQUILLALES	PRODUCCIÓN PROPIA
<b>M2</b>	CHAMBIRA	VEGETAL	TOQUILLALES	PRODUCCION PROPIA
	<b>Herramientas</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>
<b>H1</b>	TABLA PARA LA FALDA	TRADICIONAL	MADERA	PRODUCCIÓN PROPIA
	TABLA PARA EL AGUA	TRADICIONAL	MATE	PRODUCCIÓN PROPIA
<b>5. PORTADORES / SOPORTES</b>				
	<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad /Tiempo de actividad</b>	<b>Dirección</b>
	Individuos			
	Colectividades	COMUNA VENCEDORES	4 años	VÍA A POMONA
	Instituciones			
	<b>Procedencia del saber</b>	<b>Detalle de la procedencia</b>		
X	Padres-hijos	Los conocimientos prehispánicos vinculados a la elaboración del sombrero de paja toquilla han sido transmitidos de generación en generación hasta la actualidad, lo que hace de esta artesanía un elemento integrador de la familia, la historia y las tradiciones. Las leyendas, creencias sobre la naturaleza y las prácticas rituales son elementos vinculados a los conocimientos sobre cultivo, cosecha, procesamiento de la materia prima y tejido de sombreros. La expansión del conocimiento a nivel nacional, en especial de la costa a la sierra y la amazonía, se dio a finales del siglo XIX, como producto de una política de estado en respuesta a la crisis económica del país.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
	<b>Transmisión del saber</b>	<b>Detalle de la transmisión</b>		
X	Padres-hijos	La transmisión de la técnica del tejido se da al interior de los hogares a través de la observación e imitación de las actividades que realizan los adultos; desde tempranas edades los niños y niñas se relacionan con la paja toquilla a través de la manipulación imitativa y juegos espontáneos, que les dan las destrezas necesarias para que más tarde perfeccionen la técnica de la elaboración de sombreros.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>6. VALORACIÓN</b>				
<b>Importancia para la comunidad</b>				
La elaboración de estos productos, conlleva un complejo entramado de relaciones sociales y culturales, permitiendo a los grupos y comunidades vinculados, solventar sus necesidades materiales y simbólicas.				

Por otro lado, la comercialización de la materia prima es un vehículo de integración regional entre la amazonia y la sierra que ha permitido la articulación territorial y el intercambio cultural entre comunidades; de ahí su importancia como artesanía emblemática del Ecuador.

#### Sensibilidad al cambio

X	Alta	Fenómenos como la migración influyen negativamente en las nuevas generaciones que buscan otras formas de sustento; demostrando desinterés por la continuidad de las técnicas y procedimientos de este saber o buscado exclusivamente el incremento de la productividad y rentabilidad del producto
	Media	
	Baja	

#### Problemática

El tejido del sombrero de paja toquilla, canasta y shigras son una manifestación cultural de interés para el Estado Ecuatoriano, tomando en cuenta que sus detentores lo reconocen como parte de su patrimonio cultural. Sin embargo, las acciones promovidas han tenido únicamente fines comerciales en relación al producto dejando en segundo plano, entre otros aspectos, la situación socio-económica de los detentores del conocimiento. La principal problemática radica en que los artesanos cultivadores y tejedores reciben menores créditos de la venta del producto a nivel internacional, que muchas veces alcanza cifras que quintuplican el valor pagado por los comerciantes a los tejedores. La venta y preparación de la fibra natural no es una actividad rentable para los agricultores, por lo que se convierte en una actividad secundaria

#### 7. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
GUANANGA VILEMA DARIO JAVIER	CALLE BOLIVAR, N60- 63, PUYO	0983548729	MASCULINO	22

#### 8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	TEJIDO EN FIBRA NATURAL

#### 9. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio

#### 10. OBSERVACIONES

N/A

#### 11. DATOS DE CONTROL

<b>Entidad Investigadora:</b>	
<b>Inventariado por:</b>	<b>Fecha de inventario:</b>
<b>Revisado por:</b>	<b>Fecha revisión:</b>
<b>Aprobado por:</b>	<b>Fecha aprobación:</b>
<b>Registro fotográfico:</b>	

Tabla 7:Ficha de Patrimonio Cultural de Plumas

	<p>GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR</p>		
<p><b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b>  <b>DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO</b>  <b>CULTURAL INMATERIAL</b>  <b>FICHA DE INVENTARIO</b>  <b>A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES</b></p>			<p><b>CÓDIGO</b></p>
<p><b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b></p>			
<p><b>Provincia:</b> Pastaza</p>		<p><b>Cantón:</b> Pastaza</p>	
<p><b>Parroquia:</b> Tarquí</p>		<p><input type="checkbox"/> <b>Urbana</b></p>	<p><input type="checkbox"/> <b>Rural</b></p>
<p><b>Localidad:</b> Cotococha</p>			
<p><b>Coordenadas WGS84 Z17S - UTM :X</b> (Este) 843458</p>		<p><b>Y (Norte)</b> 9822276</p>	<p><b>Z (Altitud)</b> 890</p>
<p><b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b></p>			
			
<p><b>Descripción de la fotografía:</b> COLLAR ELABORADO A BASE DE PLUMAS, POR LAS MUJERES DEL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO UKUY WASI. FOTO: KATHERYN RIVADENEIRA,2019</p>			
<p><b>Código fotográfico:</b></p>			

<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
BISUTERIA AMAZONICA-TARQUÍ,PASTAZA	D1	N/A
	D2	N/A
<b>Grupo Social</b>	<b>Lengua(s)</b>	
KICHWA	L1	KICHWA
	L2	ESPAÑOL
<b>Subámbito</b>	<b>Detalle del subámbito</b>	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	ELABORACION CON PLUMAS	
<b>4. DESCRIPCIÓN</b>		
<p>Para la elaboración de collares utilizan plumas de aves exóticas como: papagayos, tucanes, colibríes, pacharacas, loros, águilas, etc.</p> <p>Antiguamente la elaboración lo realizaban de la siguiente manera: inicia con la recolección de plumas en el interior de la selva amazónica. La actividad puede durar hasta dos días y está a cargo de hombres y mujeres.</p> <p>Aún frescas, las plumas son cocinadas para usarlas en la confección de artesanías kichwas</p> <p>Luego son clasificadas por colores y tamaños, para posterior a esto pasar en el hilo que fue elaborado con la palma de chambira y dar forma a los collares en esto las mujeres kichwas se inspiran en animales y colores de la selva.</p> <p>El siguiente proceso luego que el collar ya esté terminado es pasar con una especie de brillo o laca que es extraída de la naturaleza misma y así se termina con la elaboración de este tipo de collares el tiempo de elaboración puede durar de un día a tres días depende del modelo y de los materiales por los cuales están elaborados.</p> <p>Las artesanías elaboradas con plumas de las aves de la selva, son uno de los productos más apetecidos por los turistas, ya que están diseñados de diferentes colores, formas y tamaños, que a más de los diseños que realizan las mujeres les dan un toque de originalidad.</p> <p>En la actualidad la mayoría de estas artesanías las elaboran a base de plumas de gallina, ya que las comunidades se han dedicado a conservar la flora y fauna de su territorio.</p> <p>Estas plumas son cocinadas y pintadas de los colores de las plumas de las aves reales y con estas</p>		

elaboran los productos.  
Finalmente son llevadas a la casa artesanal para poder ser vendidas a los turistas que llegan a la comunidad.

<b>Fecha o periodo</b>		<b>Detalle de la periodicidad</b>		
	Anual	Esta tradición artesanal ha perdurado gracias a que los miembros de las comunidades Kichwas han transmitido sus conocimientos de generación en generación para mantener viva sus costumbres.		
x	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
<b>Alcance</b>		<b>Detalle del alcance</b>		
	Local	Para la elaboración de los collares interviene el hombre y de la mujer porque los dos son quienes salen a recolectar las plumas, la mujeres son expertas en seleccionar las plumas adecuadas y los hombres colaboran con su fuerza y habilidad para la caza y también protegen a su pareja de los animales que existen en la selva, Por otro lado la mujer también es la que se encarga de la elaboración de las artesanías debido a que ellas son muy imaginativas.		
	Provincial			
x	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
<b>Productos</b>		<b>Descripción del producto</b>	<b>Uso</b>	<b>Detalle del uso</b>
<b>P1</b>	Collares	Los collares son elaborados con plumas naturales, y existen variedad de modelos.	UTILITARIO	Las mujeres y hombres usan los collares alrededor del cuello como adorno.
<b>P2</b>	Aretes	Los aretes son elaborados con plumas naturales, y existen variedad de modelos.	UTILITARIO	Las mujeres usan los aretes en sus orejas como adorno.
<b>P3</b>	Coronas	Los llaveros son elaborados con plumas naturales, y existen variedad de modelos.	UTILITARIO	Los hombre usan las coronas en su cabeza como adorno.
<b>Técnica</b>				
<b>T1</b>	NUDO CRUZADO	El nudo cuadrado es un nudo discreto, muy útil para sujetar o para introducir nuevos hilos a partir de cierto punto. Consiste en cruzar dos hilos distintos pasando uno por dentro del otro y viceversa, de la siguiente manera: hay que doblar ambos hilos sobre sí mismos, creando dos ojales.		

		Luego, se introduce un ojal en el otro y se hacen pasar los extremos de cada uno de los cordones por el ojal formado por el otro, de manera que al tirar de esos cuatro extremos ambos ojales queden completamente entrelazados.			
<b>T2</b>	<b>NUDO CORREDIZO</b>	Los nudos corredizos sirven para hacer pulseras ajustables a la muñeca. Los hay de varios tipos, pero uno de los más usados es el de espiral, que se realiza con un hilo complementario sobre el hilo principal de la pulsera. Damos una vuelta al cordón principal con el secundario. Damos dos vueltas al cordón principal y el secundario con el secundario. Pasamos el extremo del hilo por el centro de la espiral formada, atravesando de lado a lado y apretamos. Es muy usado en cierres de gargantillas y pulseras que han de poder ajustarse, en cuyo caso se requerirán dos nudos de espiral entre los cuáles correr el hilo, pero también se usa como nudo decorativo.			
	<b>Materiales</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
<b>M1</b>	Loros	ANIMAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA	
<b>M2</b>	Papagayos	ANIMAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA	
<b>M3</b>	Guacamayo	ANIMAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA	
<b>M3</b>	Pacharacas	ANIMAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA	
<b>M4</b>	Tucán	ANIMAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA	
<b>M5</b>	Colibrí	ANIMAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA	
<b>M6</b>	Águila	ANIMAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA	
<b>M7</b>	Gallina	ANIMAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA	
<b>M8</b>	Chambira	VEGETAL	COTOCOCHA, PASTAZA	PRODUCCIÓN PROPIA	
	<b>Herramientas</b>	<b>Tipo</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Forma de adquisición</b>	
<b>H1</b>	NYLON	ACTUAL	PUYO, PASTAZA	COMPRADO	
<b>5. PORTADORES / SOPORTES</b>					
	<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad /Tiempo de actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
	Individuos				
	Colectividades	COMUNA	5 AÑOS	VÍA A	COMUNIDAD UKUY WASI

	COTOCOCHA		POMONA	
Instituciones				
<b>Procedencia del saber</b>	<b>Detalle de la procedencia</b>			
X	Padres-hijos	Los conocimientos son transmitidos de generación en generación tal es el caso de María Vargas quien nos da a conocer que aprendió la elaboración de collare, aretes y coronas gracias a su abuela y ha tratado de mejorar su técnica con el pasar de los años. Conocer este saber le ha impulsado a enseñar a sus hijos para que sean transmisores de este saber y a la vez promocionar la cultura de aquí.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>Transmisión del saber</b>	<b>Detalle de la transmisión</b>			
x	Padres-hijos	Este tipo de transmisión de conocimiento empírico se realiza generalmente de forma oral, independientemente de que las formas de transmisión de conocimientos, prácticas y tradiciones responda a particularidades propias de cada comunidad o grupo. Por otro lado, hay conocimiento adquirido que juega un papel importante en la preservación, en este caso, de la confección de las artesanías de plumas, conocimiento que se enfoca en el comercio y les agrega un valor adicional a las mismas.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
<b>6. VALORACIÓN</b>				
<b>Importancia para la comunidad</b>				
<p>Para la comunidad es importante el uso de las plumas en la elaboración de las artesanías, primeramente, porque es la puesta en práctica de una serie de competencias y conocimientos que han sido acumulados por varias generaciones, a través de la actividad o los relatos orales, que demuestran cómo las comunidades han sabido aprovechar los elementos de su entorno natural.</p> <p>En segundo lugar, es una tradición para la comunidad Kichwa, es parte de su identidad cultural de tal manera que es transmitido de generación en generación de madres a hijas.</p>				
<b>Sensibilidad al cambio</b>				
	Alta	Cada vez, más mujeres Kichwas de la amazonia elaboran las artesanías, debido a que		

x	Media	ellas no solo lo hacen para uso personal sino también para vender a los turistas. De
	Baja	esta manera tienen otra fuente de ingresos económicos.

### Problemática

Los precios de la bisutería de la parroquia Tarquí son muy bajos, la mano de obra es desvalorizada; y por esa razón los artesanos no se dedican a fabricar estos productos en grandes cantidades y prefieren buscar otro tipo de empleo para generar ingresos económicos.

### 7. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
GUANANGA VILEMA DARIO JAVIER	CALLE BOLIVAR, N60- 63,PUYO	0983548729	MASCULINO	22

### 8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Código / Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
BISUTERÍS	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	ELABORACION EN PLUMAS

### 9. ANEXOS

Textos	Fotografías	Videos	Audio

### 10. OBSERVACIONES

N/A

### 11. DATOS DE CONTROL

**Entidad Investigadora:**

**Inventariado por:**

**Fecha de inventario:**

**Revisado por:**

**Fecha revisión:**

**Aprobado por:**

**Fecha aprobación:**

**Registro fotográfico:**

**Objetivo 2:** Para el cumplimiento del objetivo número dos se investigaron datos en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) de la parroquia Tarqui. Para la categorización se analizó diferentes modelos de categorización de varios autores y de entre ellos se escogió a la mejor opción, además se realizó una tabla con todas las artesanías que podemos encontrar en las comunidades de la parroquia Tarqui y se les categorizó según el material de elaboración.

### 4.3. Ubicación Geográfica

La parroquia Tarqui se encuentra ubicada a 890 metros sobre el nivel del mar, tiene una extensión de 8827,57 hectarias su clima es cálido húmedo y la temperatura oscila entre los 18°C y 24°C. Se puede disfrutar de bellos paisajes y de volcanes tales como el Sangay y el Altar, la parroquia Tarqui limita al Norte con las parroquias Puyo y Veracruz, al Sur con la parroquia Madre Tierra, al Este con las parroquias Madre Tierra y Pomona y al Oeste con las parroquias Madre Tierra y Shell.

Tarqui logró su parroquialización el 25 de Abril de 1955 con registro oficial número 800.



Ilustración 4: Mapa de Ubicación de la parroquia Tarqui

#### 4.4. Antecedentes Demograficos

De acuerdo a la información obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Tarquí , la cual fue realizada en el año 2014 por un equipo técnico del Gobierno Parroquial de da a conocer que la población ascendió a 5464.

Tabla 8:Población de Tarquí en el 2014

COMUNIDADES	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Amazanga	37	44	81
Bellavista	27	25	52
Campo Alegre	52	76	128
Chingushimi	15	17	32
Chorrera	37	47	84
Dos Ríos	39	34	73
Huagrayacu	81	87	168
Ilipungo	13	15	28
Iwia T	12	20	32
Mushu Warmi	28	27	55
Nuevo Mundo	27	26	53
Putuimi	150	172	322
Río Chico	43	46	89
Rosario Yacu	24	28	52
Wamak Urco	15	10	25
Vencedores	52	54	106
Chuva Urku	28	34	62
Cotococha	35	29	64
San Jacinto	117	111	228
San Pedro	62	68	130
Tarquí	1244	1301	2545
<b>TOTAL</b>	<b>2662</b>	<b>2802</b>	<b>5464</b>

Elaboración y diseño: Autores

Luego de analizar el cuadro de la población del 2014 se obtiene que el 49% pertenece al sexo femenino, y el 51% al sexo masculino, es decir existen mas hombres que mujeres.

Por otra parte el GAD Parroquial de la Tarqui en el año 2014 logran recopilar los siguientes datos de poblacion según a hombres y mujeres.

Tabla 9: Datos de censo poblacional por el GAD de Tarquí 2014

Datos de censo poblacional 2014		
	%	CANTIDAD
HOMBRES	51%	2802
MUJERES	49%	2662
POBLACIÓN		5464

Elaboración y diseño: Autores

## **4.5. CLASIFICACION DE LAS ARTESANIAS**

Ecuador tienen una variedad de materia prima que van desde fibras naturales, madera, barro, lana e incluso metales lo que que facilita la elaboración de una variedad de artesanías las cuales son vendidas en todo el país e incluso internacionalmente, este tipo de artesanías ayudado para que las costumbres y la diversidad cultural no se pierda en especial en los pueblos de la Amazonía, este tipo de patrimonio inmaterial posee un gran valor simbolico para aquellas personas que elaboran y sobre todo para el país.

Las artesanías según su material utilizado se pueden categorizar de la siguiente manera: tejidos, textiles, madera, pintura, tallados, cuero, juguetes, metal y ceramica a continuación se lo detalla. (Baque, 2015)

## **4.6. CONTEXTO HISTORICO DE LAS ARTESANÍAS**

### **4.6.1. ARTESANÍAS EN CERÁMICA**

La cerámica es una de las artesanías de mayor tradición de la Amazonía ecuatoriana. El proceso de elaboración de la cerámica es largo ya que se debe amasar y moldear el barro, para su cocción, y posteriormente realizar el barnizado. La cerámica artesanal es muy apreciada en Pastaza, y es muy reconocida a nivel nacional e internacional por su calidad.

La técnica cerámica, simbólicamente se identifica a la mujer, pues la arcilla al igual que la tierra es considerada como ser femenino poseedor de un alma de mujer.

En la Amazonía ecuatoriana, las primeras cerámicas tienen fechas entre 2000 y 3000 años A.C. Luego, en las diversas regiones amazónicas del país, se sucedieron diferentes culturas caracterizadas por muchos estilos cerámicos: en Zamora-Chinchipec, el valle del Upano, el bajo Morona-Santiago y el Pastaza, la cuenca del Napo, etc. La dinámica ligada a la elaboración que se inició en la época precolombina persiste hasta nuestros días en que es mantenida por ceramistas que laboran en Puyo y en el bajo Pastaza.

Aparte de la habilidad y de las reglas gráficas propias de cada grupo, los decorados hablan del mundo animal, de los sueños y de los seres mitológicos, siendo entonces muchas las fuentes de inspiración. Se enfocan en la cerámica los espíritus de la naturaleza. La cerámica es un arte delicado y un representante de la gran riqueza de la mitología que debe conocerse y preservarse.



Ilustración 5: Artesanías de barro

#### **4.6.2. ARTESANIA EN MADERA**

Una de las costumbres de la cultura kichwa es aprovechar al máximo los conocimientos ancestrales heredados de sus antepasados y aplicarlos en la elaboración de artesanías con elementos que provee la madre naturaleza, uno de ellos la madera.

El tallado de la madera es una técnica que se realiza desde épocas ancestrales en las comunidades indígenas. En sus inicios daba forma a las diferentes armas para la caza y la pesca, al pasar el tiempo se fue perfeccionando la técnica hasta plasmar la naturaleza en figuras y hasta accesorios para el hogar.

Esta actividad es una de las manifestaciones artesanales con mucha tradición en la zona. Con esta técnica, los pobladores hicieron los utensilios los antiguos habitantes indígenas, utilizando para ello las maderas de los ricos bosques.



Ilustración 6: Artesanías de madera

### **4.6.3. ARTESANÍAS EN TEJIDOS**

Las artesanías son las manifestaciones artísticas o lenguajes populares de las etnias indígenas en Ecuador. La historia del tejido se remonta a los tiempos de la conquista española, momento en el que el principal producto de exportación del Ecuador parecía ser el trabajo humano.

El tejido resulta de un conjunto de conocimientos tradicionales de origen prehispánico relacionados al manejo y uso de la fibra natural, conocida como paja “toquilla” o “Jipijapa”, especie de palma propia del bosque húmedo tropical de la amazonia y costa ecuatoriana. El tejido de “tocas” prehispánicas, transformadas en sombreros de modelo europeo fue fomentado por la corona española, promoviéndose la continuidad de las técnicas y saberes tradicionales que dieron origen al “sombrero fino”. Su elaboración aportó a la integración del territorio ecuatoriano a través de la comercialización de la materia prima y la transmisión de la técnica del tejido desde la amazonia hacia la costa, convirtiéndose en un proyecto económico nacional que impulsó la incorporación del Ecuador a los procesos de modernización y al mercado internacional durante la época republicana.



Ilustración 7: Artesanías de paja toquilla

#### **4.6.4. ARTESANÍA EN SEMILLAS**

Las artesanías son hechas con semillas de varias especies de plantas. Eso garantiza la durabilidad de los artículos. La bisutería con semillas naturales son una alternativa real y sostenible a la bisutería que abunda en la actualidad en el mercado. Por ello, que mejor que buscar materiales naturales y biodegradables como las semillas y otros objetos que podamos encontrar en la propia naturaleza.

Este tipo de collares ecológicos se ha venido creando desde la Antigüedad, los hombres prehistóricos ya lucían en sus cuerpos este tipo de complemento. Aunque había múltiples versiones de gran riqueza, con piedras, conchas o incluso huesos.

Las semillas se han ganado el primer lugar, como complemento para la creación de ejemplares en joyería por ser muy exóticas; dando un nuevo título a este tipo de prendas al ser completamente ecológicas. San Pedro es una de las semillas. Con esta se hacen collares de protección y ceremoniales, pues se cree que su energía potencial sirve de protección contra el mal humor, la envidia... además repele las energías negativas.

Esta técnica es utilizada por tribus indígenas, las cuales crean piezas artesanales para su uso personal; además de que esta es una de las formas de sustento de estas humildes familias.

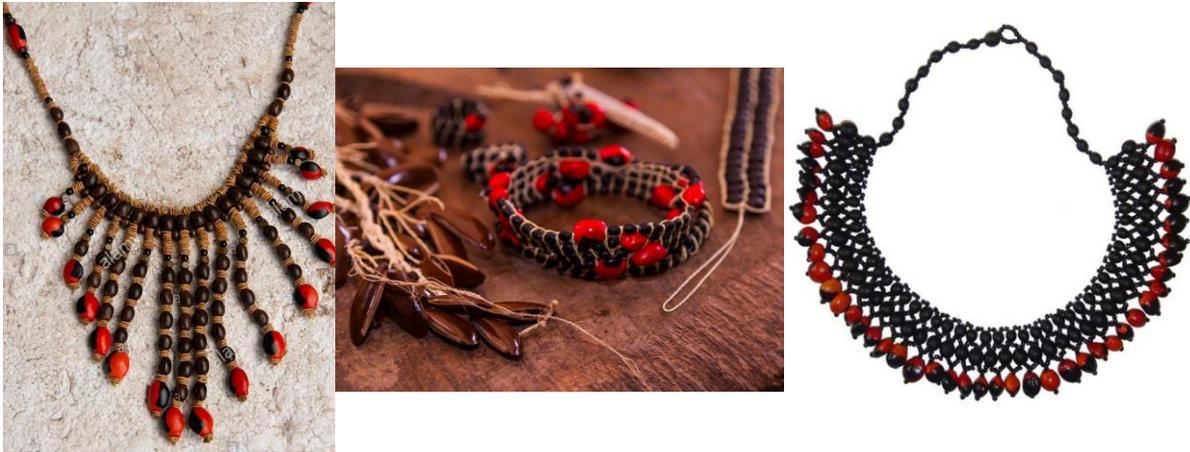


Ilustración 8: Artesanías de semillas

#### 4.6.5. CATEGORIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS DE LA PARROQUIA TARQUI

Tabla 10: Categorización de las artesanías de la parroquia Tarqui

ARTESANÍAS ELABORADAS CON BARRO					
NOMBRE	MATERIAL	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	FICHA DE INPC N°1
1. Mokawa	Barro	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES
2. Ollas	Barro	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
3. Tinajas	Barro	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
4. Cornetas	Barro	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
5. Figuras	Barro	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
6. Vasijas	Barro	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
7. Ceniceros	Barro	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
8. Kayana	Barro	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	

ARTESANÍAS ELABORADAS CON SEMILLAS					FICHA DE INPC N°2
NOMBRE	MATERIAL	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	
1. Collares	Semillas	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES
2. Aretes	Semillas	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
3. Pulseras	Semillas	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
4. Llaveros	Semillas	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
5. Chokers	Semillas	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
6. Anillos	Semillas	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	

ARTESANÍAS ELABORADAS CON MADERA					FICHA DE INPC N°3
NOMBRE	MATERIAL	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	
7. Lanzas	Madera	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES
8. Figuras	Madera	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
9. Bodoqueras	Madera	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
10. Machetes	Madera	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	

ARTESANÍAS ELABORADAS CON TEJIDOS					FICHA DE INPC N°4
NOMBRE	MATERIAL	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	
11. Sombrero	Paja toquilla	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES
12. Canasta	Paja toquilla	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
13. Shigra	Chambira	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	

ARTESANÍAS ELABORADAS CON PLUMAS					FICHA DE INPC N°5
NOMBRE	MATERIAL	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	
14. Collares	Plumas	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES
15. Coronas	Plumas	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
16. Aretes	Plumas	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	

ARTESANÍAS ELABORADAS CON MULLOS					
NOMBRE	MATERIA L	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	
17. Collares	Mullos	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	OTRO TIPO DE PRODUCCIÓN
18. Aretes	Mullos	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
19. Pulseras	Mullos	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
20. Llaveros	Mullos	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
21. Chokers	Mullos	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
22. Anillos	Mullos	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	
23. Coronas	Mullos	Manifestación Cultural	Folklore	Artesanía y Arte	

Elaboración y diseño: Autores

### **OBJETIVO 3:**

Para el cumplimiento del objetivo 3 se seleccionó la forma digital mediante un catálogo que será difundido mediante las redes sociales en internet, se utilizará la metodología descriptiva; dentro del catálogo estarán diferentes imágenes y descripciones de las artesanías que se elaboran en la parroquia Tarqui para que el cliente pueda informarse acerca del producto que va a adquirir.

## **4.7. PERFIL DEL EMPRENDIMIENTO**

### **ARTESANÍAS ECUATORIANAS AMAZÓNICAS**

#### **MILISHOS SUMAK RURAY**

### **4.7.1. RESUME EJECUTIVO**

Es un emprendimiento que se dedica a comercializar artesanías de la Amazonía ecuatoriana como: artículos en cerámica, tejidos, tallados en madera y bisutería.

El objetivo del emprendimiento es buscar una alternativa rentable que permita comercializar artesanías de calidad con un precio justo para el artesano y al mismo tiempo generar un negocio rentable.

Para ellos se ha focalizado en productos artesanales que satisfacen las necesidades del consumidor, donde el comprador se sienta identificado con el diseño, y la cultura de las comunidades indígenas de la amazonia ecuatoriana. Demostrando la importancia de las artesanías en el mercado nacional para ganar campo en el mercado.

### **4.7.2. DEFINICIÓN DEL EMPRENDIMIENTO**

MILISHOS SUMAK RURAY es un ente con fines de lucro, la cual se especializa en identificar las mejores prácticas para los artesanos con el fin de mejorar la calidad de los productos artesanales en la Amazonía ecuatoriana y a la vez trabajar en el rescate de la cultura. Es un emprendimiento de carácter informal dedicada a la venta de las artesanías de las comunidades indígena de la parroquia Tarqui. La finalidad es ofrecer a los artesanos el servicio de distribución de las artesanías directamente a los consumidores finales, de esta manera queremos lograr que los artesanos puedan seguir produciendo artesanias para preservar la cultura y a su vez contar con estrategias de distribución, para que a su vez los artesanos reciban una retribución justa por su trabajo.

### **4.7.3. NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO**

MILISHOS SUMAK RURAY

### **4.7.4. PRODUCTOS A OFRECER**

- Artículos en cerámica
- Tejidos
- Tallados en madera
- Bisutería

#### **4.7.5. INTERMEDIARIOS**

- Dario Javier Guananga Vilema
- Katheryn Alexandra Rivadeneira Juela

#### **4.7.6. LOCALIZACIÓN**

Provincia de Pastaza

##### **CIUDAD**

Puyo

##### **TELEFONO CELULAR**

0993637548

0983548729

##### **CORREO ELECTRÓNICO**

[Katy56riv@gmail.com](mailto:Katy56riv@gmail.com)

[darijguananga@hotmail.com](mailto:darijguananga@hotmail.com)

#### **4.7.7. MISIÓN**

Distribuir diferentes alternativas innovadoras en artesanías, satisfaciendo la necesidad de los clientes y ofreciendo un producto de alta calidad a precios competitivos.

#### **4.7.8. VISIÓN**

En el 2022 ser una empresa consolidada, generadora de empleo y posesionada en el mercado regional y nacional. Con una alta capacidad productiva y satisfaciendo las necesidades de los clientes.

#### **4.7.9. VALORES EMPRESARIALES**

Los valores corporativos del emprendimiento están enfocados en la recuperación de la identidad cultural ecuatoriana amazónica como también cumpliendo a las necesidades de los clientes.

- **Respeto.-** el trato justo y correcto hacia nuestros clientes es la clave para fomentar relaciones duraderas con ellos.
- **Honestidad.-** respetamos y valoramos la confianza que nuestros clientes depositarán en nosotros.
- **Cumplimiento.-** la empresa siempre estará preparada para cumplir con todos los compromisos adquiridos con los clientes.
- **Entrega.-** todo lo que se hará parte de esta empresa, nos sentimos orgullosos de pertenecer a ella y desarrollar funciones con entrega digital.
- **Justicia.-** valoramos la mano de obra de nuestros artesanos y los precios de los productos están basados en los principios del comercio justo.

#### 4.7.10. LOGOTIPO



Ilustración 9: Logotipo del emprendimiento

#### COLORES

- **Negro.-** representa al wituk que es la fruta silvestre de la cual extraen la pintura negra para la decoración.
- **Blanco y rojo.-** estos colores significa suerte.
- **Verde.-** representa la naturaleza de donde los artesanos consiguen la materia prima para la elaboración de sus productos.

## **4.8. PROCESO DE VENTA Y ENTREGA**

### **4.8.1. DISTRIBUCIÓN**

El proceso de distribución para los productos de la marca MILISHO'S ART consistirá en la comercialización a través de:

- Canales directos

### **4.8.2. CANALES DIRECTOS**

- A través de una página web tipo catálogo donde se comercializarán los productos online.

### **4.8.3. EMPAQUETADO**

Los productos se entregarán dentro de una bolsa fabricada por los miembros de la comunidad a base de chambira, la cual tendrá una etiqueta con el logotipo de la empresa. El empaquetado dependerá del material del que está elaborado el producto.

Para el envío de las artesanías elaboradas a base de semillas, mullos, plumas, paja toquilla y madera se colorarán dentro de un cartón café que tendrá el nombre de la empresa, este dependerá del tamaño de la artesanía.

El empaquetado de las artesanías elaboradas a base de cerámica tendrá un cuidado especial, el producto será colocado dentro del cartón y fijado con esponja especial a sus costados y en la parte superior e inferior, esto evitará que la artesanía se rompa en el transcurso del envío.

### **4.8.4. PROCESO DE ENVÍO**

El envío de los productos se realizará a nivel nacional mediante la empresa Servientrega, la cual garantiza que los productos llegarán al hogar del cliente sin ninguna complicación y a cualquier parte del país. Servientrega ha diseñado los tiempos de entrega acorde a las necesidades de nuestros clientes, llegando así a más de 308 ciudades y poblaciones del país.

Los precios del envío dependerán del peso del producto, este irá incluido en el valor total de la artesanía.

#### **4.8.5. GESTIÓN DE COMPRAS**

Debido a que la fabricación de los productos se realizará en los emprendimientos de cada artesano, la materia prima, será únicamente la relacionada al empaque, etiquetas y folletos.

Se mantendrán en inventario las cantidades mínimas necesarias para evitar excesos y desperdicios.

Las actividades principales serán:

- La selección y evaluación de proveedores.
- Gestión de relaciones y negociaciones con los proveedores.
- Realización de pedidos.
- Recepción y registro de los pedidos.
- Control de pago.

#### **4.8.6. GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING**

Como se mencionó anteriormente en el Plan de Marketing, la publicidad se realizará a través de la página Web, redes sociales y la comercialización se realizará por canales directos.

En la negociación de la venta se definirán términos de entrega y términos de pago, por lo que habilitaremos diversos medios de pago que serán definidos de acuerdo al cliente.

Las actividades principales serán:

- Realización de presentaciones comerciales.
- Control de las ventas.
- Estudio de las necesidades del cliente.
- Políticas de comunicación.
- Gestión de la publicidad.
- Gestión de la satisfacción del cliente.

#### 4.8.7. PRODUCTO

Los productos a comercializar, son realizados con técnicas artesanales, los artesanos los cuales tienen la destreza al tejer y el ojo para ver los acabados del producto; los artesanos utilizan recursos naturales como: plumas, barro, madera, semillas, etc. Los productos que ofrecen son novedosos, prácticos y ecológicos brindando diseños únicos, retomando nuestras tradiciones y dándoles un toque moderno y elegante, cada una de las piezas elaboradas son únicas lo que hace que los productos sean exclusivos. Dentro de la variedad de producto que ofrece se tiene; bisutería, lanzas, coronas, tallado en madera, llaveros, sombreros, lámparas, etc.

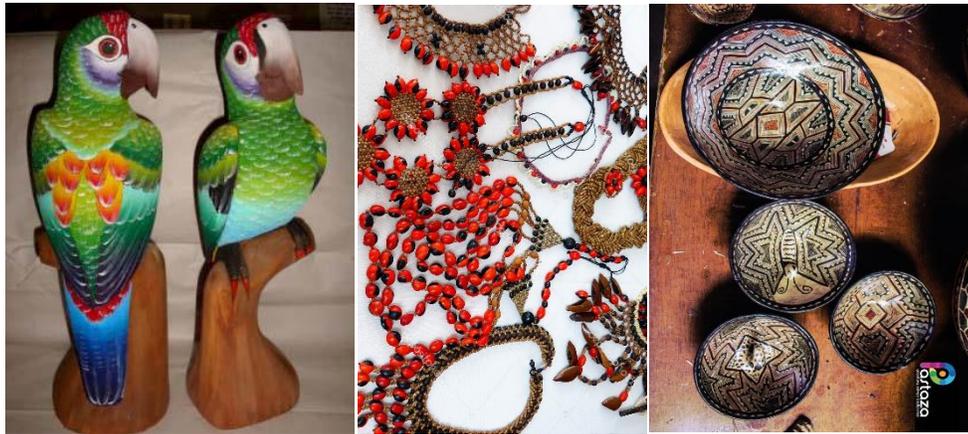


Ilustración 10: Productos a comercializar

#### 4.8.8. PRECIO

Los productos tienen un precio que consisten en un porcentaje mínimo de recargo sobre el costo de las Artesanías orientado a ventas, que resulten accesibles a todos los consumidores.

Dentro del precio total al cliente estarán incluidos los siguientes valores:

- Precio del producto
- Empaque
- Envío del producto
- Mantenimiento de la página web
- Sueldo de intermediarios

- Utilidad
- Internet
- Luz
- Promoción y publicidad

### EJEMPLO DEL CÁLCULO DEL PRECIO FINAL DE UN PRODUCTO

Tabla 11: Cálculo de precio unitario.

DETALLE	PRECIO	FÓRMULA	TOTAL
Producto	25,00		25,00
Costo empaquetado	8,50	8,50/50u	0,17
Costo envío	5,00		5,00
Mantenimiento página	250,00 anual	$(250/12\text{meses})/100$ u	0,21
Sueldo	600,00	600/100u	6,00
Internet	25,00	25/100u	0,25
Luz	10,00	10/100u	0,10
Publicidad	15,00	15/100u	0,15
Precio sin utilidad			42,83
Utilidad	30%	$42,83*0,30$	12,86
Precio final			56,00

### 4.8.9. PROCESO DE PAGO

EL autor Laura Mora, (2016) menciona que existen una variedad de sistemas de pago entre estos estan el efectivo, tarjeta de credito, tarjeta de debito, tranferencias de cheques entre otros.

Las tarjetas de crédito es el sistema de pago más utilizado en el pago en línea en todo el mundo, la compra en línea es muy similar a una compra en un almacén solo se diferencia en que no se puede imprimir el comprobante de compra y el cliente tampoco firma.

Para el procedimiento de pagos electrónicos las que se encargan son empresas que existen en los sitios web ellas son las que verifican si la tarjeta sea válida, que no sea robada y sobre todo que la tarjeta tenga fondos suficientes luego de estas verificaciones se realiza el pago al comerciante por el medio del sistema de compensación automatizada.

Las asociaciones de tarjeta de crédito como Visa y Mastercard son organizaciones sin fines de lucro que establecen los estándares para los bancos emisores que emiten las tarjetas de crédito y débito, y procesan transacciones.

Existen otras organizaciones que se encargan de verificar las cuentas de las tarjetas de crédito y débito que están realizando las transacciones de compra, las cuales se encargan de verificar las cuentas y los saldos, entre ellos se encuentran los centros de procesamientos o cámaras de compensación.

Luego juegan un papel importante los bancos emisores de tarjetas de crédito y débito, ya que estos sirven de intermediarios financieros, para lograr una minimización del riesgo tanto para el consumidor como el ofertante.

### **Transacción de tarjeta de crédito en línea**

Al iniciar, el consumidor ejecuta la compra, luego este se encuentra en el sitio web en donde desea realizar la transacción por medio del internet, pasa al software mercantil que se conecta con la cámara de compensación (el ofertante), luego la cámara de compensación verifica la cuenta y saldo con el banco emisor, al instante el banco emisor de la tarjeta del consumidor, confirma el monto de la cuenta mercantil que permite a la empresa procesar el pago con la tarjeta de crédito del consumidor y luego el ofertante recibe los fondos de dicha transacción.

### **Otra Manera de Pago**

Existe una compañía llamada Pay pal, la cual tiene un procesador de pagos en línea, fue el primer sistema de pago de comercio electrónico basado en Internet, los pasos que se deben seguir son los siguientes: se crea una cuenta de paypal en el sitio web de esta compañía, luego se llena un

formulario de solicitud en el cual se proporciona la información bancaria de la tarjeta de crédito o debito.

Luego cuando ya se está registrado en Pay pal y deseo realizar una transacción para pagar una compra, el dinero se retira de la cuenta bancaria o tarjeta de crédito, posteriormente se transfiere a la red de la cámara de compensación automatizada, y un intermediario financiero operando de una manera privada que verifica la cuenta y los fondo de esta, luego el ofertante recibe un correo que acepta que la cuenta esta apta para realizar la transacción y paypal deposita directamente a la cuenta de pay pal el receptor lo transfiere de forma electrónica.

#### **4.8.10. PROCESO DE EVALUACIÓN**

El servicio que se da a los clientes mientras realiza su compra y en la post-venta sera muy importante para la empresa.

Este proceso se realizará 3 días despues de que el cliente ha recibido el producto mediante una pequeña evaluación que se le enviara al correo personal de los clientes, para que pueden darnos a conocer como persivieron el producto al momento de tenerlo en sus manos, a continuación se detallara el contenido de la tabla de la evaluación:

Tabla 12:Evaluación de percepción del cliente

<b>EVALUACIÓN DE PERCEPCIÓN DEL CLIENTE</b>				
	ALTO	MEDIO	BAJO	NINGUNA
PRECIO				
EMPAQUE				
PUBLICIDAD				
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO				
LOCALIZACIÓN DEL LUGAR DE DONDE ADQUIERE EL PRODUCTO				
TIEMPO DE ENTREGA				
CALIDAD				
IMAGEN				
MARCA				
MEDIO DE PAGOS				

ATENCION AL CLIENTE				
OBSERVACIONES:				

Elaboración y diseño: Autores

De esta manera lograremos la fidelización de nuestros clientes y sobre todo daremos a notar que nuestros cliente son muy importantes para nuestra empresa asi como sus opiniones.

#### **4.8.11. CARACTERISTICAS DEL CATALOGO**

El catálogo digital se realizará en el programa JavaScript que es un lenguaje de programación interpretado, dialecto del estándar ECMAScript. Se define como orientado a objetos, basado en prototipos, imperativo y dinámico. Todos los navegadores modernos interpretan el código JavaScript integrado en las páginas web.

El catálogo será dinámico, incorporando efectos como texto que aparece y desaparece, animaciones, acciones que se activan al pulsar botones y ventanas con mensajes de aviso al usuario.

El catálogo digital contará con 6 secciones en el siguiente orden:

- Quienes somos
- Bisutería
- Cerámica
- Tallado en madera
- Tejidos
- Contactos

Dentro de la sección de Quienes somos los clientes podrán observar la visión, misión, y los principios en los que se basa el proyecto, que son principios del comercio justo.

La opción bisutería engloba a todos los productos elaborados de los siguientes materiales: semillas, mullos y plumas. Después de esta opción encontrarán todo lo relacionado con cerámica como: mokawas, ollas, figuras.

En la sección de tallado en madera se encuentran: figuras, lanzas, llaveros, lámparas, bodoqueras, machetes, etc., y como última sección en cuanto a artesanías tenemos los tejidos, entre ellos están: sombreros, canastas y shigras.

Además el catálogo contará con imágenes de todas las artesanías en diferentes modelos para que el cliente pueda observar el producto que adquirirá, al final se colocará una pequeña descripción de la artesanía y las medidas de los tamaños con las que contamos.

El pago se realizará mediante PayPal, garantizando que es un medio de pago seguro.

## **5. CAPÍTULO V**

### **5.1. CONCLUSIONES**

- Después de todas las entrevistas realizadas a los artesanos se realizó el inventario de toda la producción artesanal de la parroquia Tarqui; determinando que fabrican gran variedad de artesanías como bisutería, mokawas, sombreros, llaveros, lanzas, lámparas, bodoqueras, canastos, coronas, ollas, tinajas, etc.
- Luego de culminar con el llenado de fichas del INPC del Patrimonio Cultural Inmaterial como técnicas artesanales ancestrales, se analizó y se categorizó a los productos artesanales elaborados en la parroquia Tarqui, en este caso se los clasificó por el material del que están hechos como: cerámica, madera, semillas naturales, plumas.
- Se diseñó una propuesta para la comercialización mediante un catálogo digital, el cual contendrá diferentes secciones de artesanías como: bisutería, madera, cerámica y tejidos. Esta página se difundirá a nivel nacional para llegar a diferentes partes del país y mediante pedidos dinamizar la economía de las comunidades indígenas de la parroquia Tarqui.

### **5.2. RECOMENDACIONES**

- Difundir al máximo el valor cultural que posee las artesanías, pero siempre tomando en cuenta el gran trabajo que realizan los artesanos indígenas.
- Preservar la identidad cultural de las comunidades indígenas kichwa mediante la enseñanza a las futuras generaciones.
- A los artesanos de la parroquia Tarquí elaborar sus productos con excelente calidad y sobre todo manejando una buena técnica artesanal.

## 6. CAPÍTULO VI

### 6.1. BIBLIOGRAFÍA

- Organización Mundial del Comercio Justo, W. (2006). *coordinadoraongd.org*. Obtenido de coordinadoraongd.org [fecha de consulta: 3 diciembre 2019]:  
<https://coordinadoraongd.org/wp-content/uploads/2016/05/Monografico-Comercio-Justo-1.pdf>
- Alberdi, M. J. (Junio de 2000). *HABLEMOS DE MARKETIN INTERACTIVO*. Obtenido de HABLEMOS DE MARKETIN INTERACTIVO [fecha de consulta: 3 diciembre 2019]:  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Fj-I5ZXro\\_sC&oi=fnd&pg=PA17&dq=marketing+digital&ots=pTx6ooPrjQ&sig=ilg5Hpi6aWdk1cEEZHY3PCdXvZA#v=onepage&q=marketing%20digital&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Fj-I5ZXro_sC&oi=fnd&pg=PA17&dq=marketing+digital&ots=pTx6ooPrjQ&sig=ilg5Hpi6aWdk1cEEZHY3PCdXvZA#v=onepage&q=marketing%20digital&f=false)
- Alvarado, L. C. (Julio - Diciembre, 1990 de 1990 ). Obtenido de file [fecha de consulta: 3 diciembre 2019]:  
<:///C:/Users/admin/Downloads/770-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2271-1-10-20110811.pdf>
- Andrade, D. A. (junio de 2016). *ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS* . Obtenido de ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS : <https://www.redalyc.org/pdf/206/20645903005.pdf>
- Arévalo, J. M. (17 de Mayo de 2007). Obtenido de file [fecha de consulta: 3 diciembre 2019]:  
<:///C:/Users/admin/Downloads/Conferencia%20Javier%20Marcos%20Ar%C3%A9valo%20web.pdf>
- Arias, F. (2006). *Tesis Plus*. Obtenido de Tesis Plus [fecha de consulta: 4 diciembre 2019]:  
<https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Balazote, A. O., & Rotman, M. (2006). *“Artesanías Neuquinas”: Estado y comercialización de*. Obtenido de “Artesanías Neuquinas”: Estado y comercialización de: <http://revista-theomai.unq.edu.ar/NUMERO14/ArtBalazote.pdf>
- Balazote, A., & Rotman, M. (2006). *“Artesanías Neuquinas”: estado y comercialización de artesanías mapuche*. Obtenido de "Artesanías Neuquinas" [fecha de consulta: 4 diciembre 2019]: estado y comercialización de artesanías mapuche":  
<https://www.redalyc.org/pdf/124/12401405.pdf>
- Baque, V. C. (2015). *Red de Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador*. Obtenido de Red de Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador [fecha de consulta: 4 diciembre 2019]:  
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/6143>
- Benedetti, C. (2012). *Producción artesanal indígena y comercialización: entre los “buenitos” y los “barateros*. Obtenido de Producción artesanal indígena y comercialización [fecha de consulta:

- 4 diciembre 2019]: entre los “buenitos” y los “barateros:  
file:///C:/Users/KATHERYN%20RIVADENEIRA/Downloads/Dialnet-  
ProduccionArtesanalIndigenaYComercializacion-4073088.pdf
- Boullón, O. E., & Calderón Suárez, O. (2014). La identidad Patrimonial en el contexto del  
Pruniversitario. *Revista Boletín Redipe*, 62-69.
- Carlosama, M. N. (2014). *PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS PARA LA  
CORPORACIÓN “ENTZAYA AINTZ JEA” DE LA CIUDAD DE PUYO, CANTÓN PASTAZA*. Obtenido  
de PLAN DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS PARA LA CORPORACIÓN  
“ENTZAYA AINTZ JEA” DE LA CIUDAD DE PUYO, CANTÓN PASTAZA [fecha de consulta: 5  
diciembre 2019]: [http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/926/3/TUPADM003-  
2015.pdf](http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/926/3/TUPADM003-2015.pdf)
- Caurin, J. (21 de Febrero de 2018). *EmprendePyme.net*. Obtenido de *EmprendePyme.net* [fecha de  
consulta: 5 diciembre 2019]: <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>
- CHÁVEZ, V. S. (2015). Obtenido de  
[http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9144/Tesis%20de%20Maestria%20-  
%20Ver%C3%B3nica%20Ch%C3%A1vez%20Mart%C3%ADnez%202015.pdf?sequence=1&isAll  
owed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9144/Tesis%20de%20Maestria%20-%20Ver%C3%B3nica%20Ch%C3%A1vez%20Mart%C3%ADnez%202015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chérrez, S. H. (2014). *Red de Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador*. Obtenido de Red de  
Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador [fecha de consulta: 5 diciembre 2019]:  
<http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/10016/1/102T0083.pdf>
- Cuetos, P. G. (2012). *El Patrimonio Cultural, Conceptos Básicos*. Zaragoza : Prensas Universitarias de  
Zaragoza.
- Davy, D. (02 de Diciembre de 2010). *Comercialización de artesanía indígena y noción de tradición*.  
Obtenido de Comercialización de artesanía indígena y noción de tradición [fecha de consulta:  
5 diciembre 2019]: file:///C:/Users/KATHERYN%20RIVADENEIRA/Downloads/16673-68296-1-  
PB%20(2).pdf
- Ferrer, S., & Daza, S. (2016). El concepto de patrimonio. *PRIVADO* 6, 80.
- García, M. d. (2007 ). [fecha de consulta: 6 diciembre 2019]Obtenido de  
[http://webs.ucm.es/BUCM/tesis//ghi/ucm-  
t29856.pdf?fbclid=IwAR06Bq5zVXgJkqLMs0ufac6ixKgs6TdkPWEg1CG-6UZPc7gy4w3ZfrSZII](http://webs.ucm.es/BUCM/tesis//ghi/ucm-t29856.pdf?fbclid=IwAR06Bq5zVXgJkqLMs0ufac6ixKgs6TdkPWEg1CG-6UZPc7gy4w3ZfrSZII)
- Girón, H., De la Paz, J., Ramos Sanchez, L., & Orquidea, A. (2002). CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y  
COMPETITIVIDAD EN ARTESANÍAS. *EL ESPIRAL*, 164.
- González, C. M. (Mayo de 2008). *Artesanías, lo útil y lo bello*. Obtenido de Artesanías, lo útil y lo  
bello [fecha de consulta: 6 diciembre 2019]:  
file:///C:/Users/KATHERYN%20RIVADENEIRA/Downloads/Artesanias\_lo\_util\_y\_lo\_Bello.pdf
- Hanna, S. C. (2011). Reflexiones alrededor del inventario del patrimonio cultural inmaterial. *Apuntes*,  
106-123.

- Hoyos, S. N. (2006). *LA ARTESANÍA COMO INDUSTRIA CULTURAL: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES*.  
Obtenido de LA ARTESANÍA COMO INDUSTRIA CULTURAL: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES [fecha de consulta: 6 diciembre 2019]: <https://www.fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/3519.pdf>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural . (2014). [fecha de consulta: 6 diciembre 2019] Obtenido de <https://mail.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/atrimcultmaterial-R7.pdf>
- JIMÉNEZ, E. D. (2013). *Red de Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador*. Obtenido de Red de Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador [fecha de consulta: 6 diciembre 2019]: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2039>
- LÓPEZ, S. E. (Mayo de 2013). *Repositorio Digital UTE* . Obtenido de Repositorio Digital UTE [fecha de consulta: 6 diciembre 2019] : <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/4356>
- Machado, C. A. (19 de Enero de 2012). <https://www.gestiopolis.com/>. [fecha de consulta: 7 diciembre 2019] Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/>: <https://www.gestiopolis.com/marketing-comercializacion-orientacion-mercado-definicion-tendencias-principales/>
- Maza, T. R. (2007). *ARTESANAS Y ARTESANÍAS:INDÍGENAS Y MESTIZAS DE CHIAPAS CONSTRUYENDO ESPACIOS DE CAMBIO*. Obtenido de ARTESANAS Y ARTESANÍAS:INDÍGENAS Y MESTIZAS DE CHIAPAS CONSTRUYENDO ESPACIOS DE CAMBIO [fecha de consulta: 7 diciembre 2019]: <http://www.scielo.org.mx/pdf/liminar/v2n1/2007-8900-liminar-2-01-50.pdf>
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). [fecha de consulta: 7 diciembre 2019] Obtenido de <http://www.amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/libro-introduccion-al-patrimonio-cultural.compressed-ilovepdf-compressed.pdf>
- Miralles, M. V. (19 de Noviembre de 2009). *Anales de Documentación* . Obtenido de Anales de Documentación [fecha de consulta: 7 diciembre 2019] : <https://www.redalyc.org/pdf/635/63511932004.pdf>
- Moreno, K. S. (Julio de 2010). *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Obtenido de Contribuciones a las Ciencias Sociales [fecha de consulta: 7 diciembre 2019] [fecha de consulta: 7 diciembre 2019]: <http://www.eumed.net/rev/cccss/09/kshm.htm>
- Moschini, S. (Abril de 2012). *CLAVES DEL MARKETING DIGITAL*. Obtenido de CLAVES DEL MARKETING DIGITAL [fecha de consulta: 7 diciembre 2019]: [http://hispanmedia.net/desarrollo/socialmedia/Manual\\_Marketing\\_Gratis/01%20-%20Cursos%20y%20manuales%20de%20Claves-del-Marketing-Digital.pdf](http://hispanmedia.net/desarrollo/socialmedia/Manual_Marketing_Gratis/01%20-%20Cursos%20y%20manuales%20de%20Claves-del-Marketing-Digital.pdf)
- MX., E. D. (08 de Noviembre de 2014). *Definición MX*. [fecha de consulta: 7 diciembre 2019] Obtenido de Definición MX: <https://definicion.mx/catalogo/>.
- OLIO, G. (2006). *s.n.* [fecha de consulta: 7 diciembre 2019] Obtenido de s.n: <http://www.gracielaolio.com.ar/textos%20web/arteyartesania.htm>
- Porto, J. P., & Merino, M. (2016). *Definicion.de*. [fecha de consulta: 7 diciembre 2019] Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/catalogo/>

- QUIÑONEZ, D. M. (08 de Diciembre de 2015). *Repositorio Digital PUCESE*. Obtenido de Repositorio Digital PUCESE : <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/563>
- Raffino, M. E. (11 de Octubre de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/patrimonio-cultural/>
- Rivas, E. D. (2013). *ESTRATEGIA DE RESCATE DE LA CULTURA A TRAVÉS DE LAS ARTESANIAS EN LA COMUNIDAD SIMÓN BOLÍVAR PARROQUIA DE FÁTIMA - PROVINCIA DE PASTAZA*. Obtenido de ESTRATEGIA DE RESCATE DE LA CULTURA A TRAVÉS DE LAS ARTESANIAS EN LA COMUNIDAD SIMÓN BOLÍVAR PARROQUIA DE FÁTIMA - PROVINCIA DE PASTAZA: <http://200.12.169.19:8080/bitstream/25000/2039/1/T-UCE-0004-4.pdf>
- ROBLES, R. V. (2004). *documentacion.cidap*. Obtenido de documentacion.cidap: <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/359/1/Clasificacion%20de%20las%20especialidades%20artesanales-Roberto%20Villegas.pdf>
- Roncancio, E. (s.f de s.f). Obtenido de [http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos\\_de\\_apoyo/CERTIFICACION\\_DEL\\_PRODUCTO\\_ARTESANAL.pdf](http://ftp.unipamplona.edu.co/kmconocimiento/Congresos/archivos_de_apoyo/CERTIFICACION_DEL_PRODUCTO_ARTESANAL.pdf)
- Salazar, O. S. (Julio de 2005). *UN MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANÍAS*. Obtenido de UN MODELO DE COMERCIALIZACIÓN DE LAS ARTESANIAS: <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/363/1/IAEN-055-2005.pdf>
- SANDOVAL, H. P. (2014). *Red de Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador*. Obtenido de Red de Repositorios de Acceso Abierto del Ecuador: <http://dspace.espech.edu.ec/bitstream/123456789/10016/1/102T0083.pdf>
- Valencia, M. L. (2013). *ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO ARTESANAL KICHWA DE LA COMUNA SAN JACINTO DEL PINDO EN LA PROVINCIA DE PASTAZA*. Obtenido de ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO ARTESANAL KICHWA DE LA COMUNA SAN JACINTO DEL PINDO EN LA PROVINCIA DE PASTAZA: <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/6573/1/T-ESPE-047165.pdf>
- Vinuesa, M. Á. (2015). Patrimonio y turismo: reflexión teórico conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España) (Resumen). *Scripta Nova*, <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-543.pdf>.
- Vinuesa, M., & Troitiño, L. (01 de Septiembre de 2016). Patrimonio y turismo: reflexión teórico conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España) (Resumen). Sevilla,, España.

## 7. CAPÍTULO VII

### 7.1. ANEXOS

#### UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

**Nota:** Esta ficha se realiza con el fin de obtener información para utilizarla en el proyecto de titulación: “Catalogo digital para la comercialización artesanal indígena de la parroquia Tarqui de la provincia de Pastaza”.

#### FICHA A ENCUESTADOS

**FECHA:**

**LUGAR:**

**GÉNERO:**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A:**

**NUMERO DE CEDULA:**

**NACIONALIDAD:**

**ESTADO CIVIL:**

**EDAD:**

**NIVEL DE INSTRUCCIÓN:**

**OCUPACIÓN:**

**CORREO ELECTRÓNICO:**

**TELÉFONO:**

**MEDIO:**

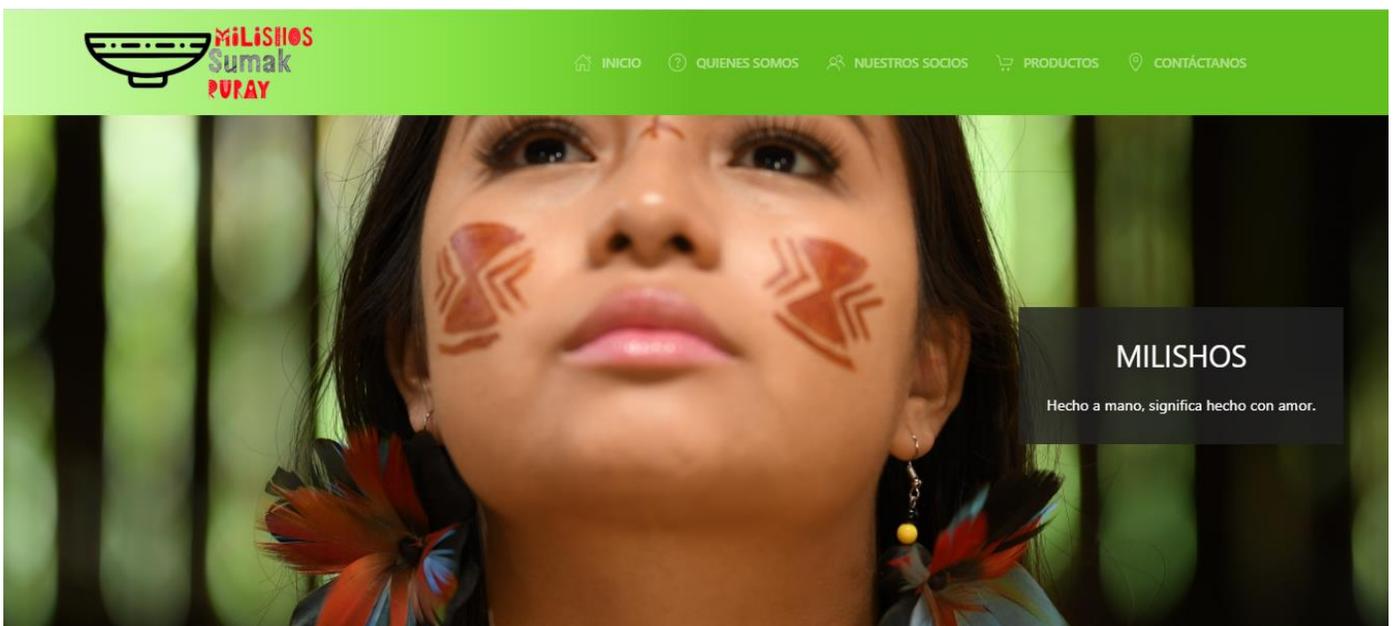
## CUESTIONARIO

1. ¿Hace cuánto tiempo se dedica a la elaboración de artesanías?
2. ¿Cuántos miembros de su comunidad se dedican a la elaboración de artesanías?
3. ¿Qué tipo de artesanías elaboran en su comunidad?
4. ¿De qué material están elaboradas las artesanías que fabrican en su comunidad?
5. ¿Cuáles son los colores que más utilizan para la decoración de los productos artesanales?
6. ¿Qué significado tienen los colores que utilizan para la decoración de las artesanías?
7. ¿Cuánto tiempo se demora en la elaboración de las artesanías?
8. ¿Qué valor cultural tiene para usted las artesanías?
9. ¿Cómo realizan la venta de artesanías?
10. ¿Cuentan con algún intermediario para la venta de sus productos artesanales?
11. ¿Cuáles son los precios de las artesanías?
12. ¿Cuál es el aproximado de ingresos económicos por la venta de artesanías en su comunidad?

## DISEÑO DEL CATALOGO

**Sitio Web:** [http://milishos.com/?fbclid=IwAR2Afj7cPluzqT9HHj0liraoMX\\_TJa4lhYT2ACB-U4Sclt4AIPZ7Hs683eA#](http://milishos.com/?fbclid=IwAR2Afj7cPluzqT9HHj0liraoMX_TJa4lhYT2ACB-U4Sclt4AIPZ7Hs683eA#)

## INICIO DEL CATALOGO



En la Pestaña de Quienes Somos se podra encontrar lo siguiente:



This section contains three vertical columns. The first column has a green background and features an icon of two people. Below the icon is the heading '¿QUIÉNES SOMOS?' and a paragraph: 'Milishos Sumak Ruray es un emprendimiento que se dedica a comercializar artesanías de la Amazonia ecuatoriana como: artículos en cerámica, tejidos, tallados en madera y bisutería.' The second column has a dark grey background and features a speech bubble icon. Below the icon is the heading 'MISIÓN' and a paragraph: 'Distribuir diferentes alternativas innovadoras en artesanías, satisfaciendo la necesidad de los clientes y ofreciendo un producto de alta calidad a precios competitivos.' The third column has a green background and features a clock icon. Below the icon is the heading 'VISIÓN' and a paragraph: 'En el 2022 ser una empresa consolidada, generadora de empleo y posesionada en el mercado regional y nacional. Con una alta capacidad productiva y satisfaciendo las necesidades de los clientes.'

This section contains three vertical columns. The first column has a dark grey background and features a checkmark icon. Below the icon is the heading 'OBJETIVO' and a paragraph: 'El objetivo del emprendimiento es buscar una alternativa rentable que permita comercializar artesanías de calidad con un precio justo para el artesano y al mismo tiempo generar un negocio rentable.' The second column has a green background and features a question mark icon. Below the icon is the heading '¿CÓMO HACERLO?' and a paragraph: 'Para ellos se ha focalizado en productos artesanales que satisfacen las necesidades del consumidor, donde el comprador se sienta identificado con el diseño, y la cultura de las comunidades indígenas de la amazonia ecuatoriana. Demostrando la importancia de las artesanías en el mercado nacional para ganar campo en el mercado.' The third column has a dark grey background and features a smiley face icon. Below the icon is the heading 'VALORES' and a list of three values: 'Orientación al cliente', 'Interés por las personas', and 'Trabajo en equipo'. Below these are two more values: 'Respeto a los demás' and 'Desarrollo de la Creatividad'.

En la siguiente pestaña de nuestros socios encontraremos lo siguiente:

## NUESTROS SOCIOS

Comunidad cotocoha

Sra. María Vargas

Comunidad Ukuy Wasi

Sra. Clara Chango

Comunidad Wayuri

Sr. Luis Vargas - 0997031035

Comunidas Sacha  
Wasi

Sra. Andre Chimbo - 0939467782

**La pestaña de productos estara dividida en 5 partes:**

**Semillas:**



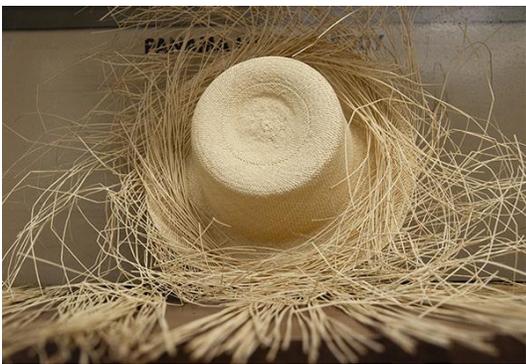
**Tallado en madera**



**Ceramica**



**Tejidos**



**Plumas**



## Otras producciones



En la pestaña de Contactanos encontraremos:

CONTACTANOS

Nombre

Correo

Mensaje

ENVIAR MENSAJE

Ampliar el mapa

Campana de la Paz

Hostal P...

Conjunto Habitacional el Pinar

Conjunto Habitacional 'El Pinar 2'

Terminal Intercantonal

Av. Catrongo Pinar

Google

Datos de mapas ©2020 Términos de uso Notificar un problema de Maps