

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EXPORTACIÓN ARTESANAL QUE CONTIBUYA EN LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LOS ANDES CENTRO DE ECUADOR, EN EL MERCADO DE LONDRES, REINO UNIDO”

MARÍA FERNANDA OÑATE PAZMIÑO

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

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



RIOBAMBA-ECUADOR

2012

CERTIFICACIÓN

El tribunal de tesis **CERTIFICA QUE:** El trabajo de investigación titulada: “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EXPORTACIÓN ARTESANAL QUE CONTRIBUYA EN LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LOS ANDES CENTRO DE ECUADOR, EN EL MERCADO DE LONDRES, REINO UNIDO**”, de responsabilidad de la señorita Egresada **María Fernanda Oñate Pazmiño**, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación

TRIBUNAL DE TESIS:

Ing. Christiam Aguirre,
DIRECTOR

Eco. Flor Quinchuela
MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO.

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES.

Riobamba, Noviembre del 2012

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo investigativo a mis padres Manuel Oñate y Martha Pazmiño en especial a ti madre mía que siempre estas a mi lado, que me acoges en tus brazos y me alientas día a día que me brindas el amor más puro y desinteresado del mundo gracias por ser una guía y mi ejemplo para seguir, gracias por tus sacrificios diarios, tu eres la mujer más fuerte y luchadora que he conocido.

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud está dirigida a Dios y a la Vida que me han dado la oportunidad de coexistir en este mundo y aventurarme en sus misterios, de disfrutar de sus bellezas y juegos, que me han hecho saborear los más profundos sentimientos. Por la tristeza pasajera. Por el amor gozado. Por la amistad sincera. Por la tragedia superada. Por los sueños que faltan realizarse. Por la felicidad que merecemos.

A los amigos y amigas que estuvieron conmigo que han reído, llorado, festejado, que a pesar de conocer mis defectos siempre han estado conmigo y me han dado fuerza recordándome mis virtudes, fortificándome con sus palabras de apoyo y a la vez retándome por mis errores.

Al tribunal de tesis que sin su apoyo y guía constante este trabajo investigativo se hubiera quedado en un sueño. Gracias a ustedes Ing. Christiam Aguirre y Eco. Flor Quichuela ahora tengo en mis manos un proyecto listo para ser ejecutado.

TABLA DE CONTENIDOS

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EXPORTACIÓN ARTESANAL QUE CONTRIBUYA EN LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LOS ANDES CENTRO DE ECUADOR, EN EL MERCADO DE LONDRES, REINO UNIDO -----	1
II. INTRODUCCIÓN-----	1
A. JUSTIFICACIÓN -----	3
B. OBJETIVOS -----	4
1. GENERAL -----	4
2. ESPECÍFICOS-----	4
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA -----	5
A. PROYECTO -----	5
B. EMPRESA -----	5
C. EXPORTACIÓN -----	6
1. Concepto-----	6
D. ARTESANÍAS-----	6
1. Concepto y antecedentes -----	6
E. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA -----	8
1. Panificación estratégica -----	8
2. Planificación estratégica y despliegues de calidad -----	9
a. Planificación de todas las estrategias -----	10
b. El proceso de mejora continua -----	11
F. ESTUDIO DE MERCADO-----	12
1. Conceptos-----	12
2. El proceso del estudio de mercado-----	12
a. Caracterización del producto o servicio-----	13
b. Caracterización del área del mercado -----	13
c. Comportamiento de la demanda -----	15
d. El análisis de la oferta -----	15
e. Precios -----	15
f. Comercialización-----	16
g. Nuevas tendencias del marketing -----	16
h. Estrategia de internacionalización y aprovechamiento de sinergias -----	17
G. ESTUDIO TÉCNICO-----	17
1. Determinación del tamaño óptimo de la planta -----	18

2. El estudio de la localidad-----	19
a. Factores de localización -----	19
3. Ingeniería del proyecto -----	20
4. Proceso productivo-----	20
5. Adquisición de equipo y maquinaria. -----	21
6. Determinación de la distribución óptima de la planta-----	21
7. Definición de la estructura y de organización de la planta productiva.-----	21
H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL-----	22
1. Estudio administrativo-----	22
a. Tipo de empresas a establecer -----	22
b. Forma jurídica y constitución-----	23
c. Estructura de la empresa -----	23
d. Direccionamiento estratégico-----	24
e. Organigrama administrativo -----	27
2. Estudio legal -----	27
I. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO -----	28
1. Estudio financiero -----	28
a. Presupuesto de inversión -----	29
b. Calendario de inversiones -----	29
c. Estructura de capital -----	29
d. Pronostico de ingresos -----	29
e. Análisis sobre la posición financiera esperada-----	30
f. Sistemas de punto de equilibrio -----	30
2. Evaluación económica-----	30
a. Valor presente neto-----	30
b. Tasa de rendimiento interna TIR-----	31
c. Relación beneficio/costo -----	31
IV. MATERIALES Y MÉTODOS-----	32
A. MATERIALES -----	32
1. Localización-----	32
a. Características generales -----	32
b. Características climáticas -----	33
2. Otros materiales y equipos -----	33
a. Materiales-----	33
b. Equipos -----	33
B. METODOLOGÍA -----	34
1. Determinación de la viabilidad comercial -----	34
a. Determinación de la oferta-----	34
b. Determinación de la demanda -----	36
2. Definición de la viabilidad técnica-----	38
a. Definir los productos de la empresa -----	38
b. Tamaño del proyecto-----	38

c. Localización del proyecto-----	38
d. Definición del proceso productivo-----	39
e. Mercadotecnia del producto -----	39
3. Determinación de la viabilidad administrativo legal-----	39
a. Viabilidad legal-----	39
b. Análisis administrativo -----	39
4. Evaluación financiera y económica de la empresa -----	41
V. RESULTADOS-----	40
A. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL -----	40
1. Determinación de la oferta-----	41
a. Inventario y catalogación del patrimonio cultural artesanal -----	41
b. Priorización de los productos artesanales para la exportación-----	175
c. Análisis de proveedores -----	177
d. Análisis de la oferta sustitutiva o complementaria -----	186
2. Determinación de la Demanda -----	207
a. Segmentación de mercado -----	207
B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA -----	237
1. Definición de los productos de la empresa -----	237
2. Tamaño de la empresa -----	241
a. Infraestructura -----	249
b. Capacidad instalada -----	249
c. Distribución de la planta -----	249
3. Localización del proyecto -----	251
a. Macrolocalización-----	251
b. Microlocalización -----	251
4. Definición del proceso productivo-----	252
a. Descripción del proceso de exportación -----	253
b. Flujograma de procesos de comercialización de los productos-----	255
5. Análisis Mercadotécnico -----	257
a. Análisis FODA de las 4 P´s-----	257
b. Marketing mix -----	257
6. Equipamiento para la empresa-----	293
a. Determinación de los servicios básicos y mantenimiento de la empresa. -----	296
C. DEFINICIÓN DE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVO LEGAL -----	297
1. Análisis administrativo -----	297
a. Direccionamiento estratégico de la empresa -----	297
b. Estructura organizacional -----	299
2. Viabilidad legal -----	317
a. Constitución legal de la empresa-----	317
b. Gastos de constitución de la empresa “Inka Arts”-----	322
c. Requerimientos para poder exportar-----	323
D. ESTUDIO FINANCIERO -----	327

1. Análisis financiero -----	327
a. Inversiones del proyecto-----	327
b. Fuentes y usos del proyecto-----	328
c. Clasificación de las inversiones -----	329
d. Depreciación de activos fijos -----	331
e. Amortización de diferidos -----	332
f. Calculo del pago de la deuda o amortización del préstamo -----	332
g. Estructura de costos para la vida útil del proyecto -----	333
h. Estructura de ingresos -----	334
i. Estado proforma de resultados -----	335
j. Balance general-----	336
k. Calculo del flujo de caja del proyecto -----	337
2. Evaluación económica-----	339
VI. CONCLUSIONES -----	340
VII. RECOMENDACIONES-----	343
VIII. RESUMEN -----	345
IX. SUMMARY-----	346
X. BIBLIOGRAFÍA -----	347
XI. ANEXOS -----	352

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Priorización de los productos artesanales a exportar.....	177
Tabla 2: Información de los Proveedores de la empresa	181
Tabla 3: Oferta sustitutiva para el producto alfombras de Guano	188
Tabla 4: Oferta sustitutiva para el producto shigras elaboradas en cabuya.....	189
Tabla 5: Oferta sustitutiva para el producto artesanías en totora.....	189
Tabla 6: Oferta sustitutiva para el producto artesanías en tagua y pinturas de Tigua	190
Tabla 7: Oferta sustitutiva para el producto tapices Salasakas, y artesanías Simiatug.....	190
Tabla 8: Oferta sustitutiva para los productos elaborados en cuero	191
Tabla 9: Oferta sustitutiva para los productos elaborados en madera	192
Tabla 10: Oferta sustitutiva para el productos elaborados en fibra sintética (shigras), sombrosos de paño, tejidos de alpaca y borrego	192
Tabla 11: Oferta sustitutiva en miles de dólares FOB para los diferentes productos artesanales priorizados para la exportación.....	193
Tabla 12: Proyección de la oferta complementaria el producto cestería en totora y cerámicas	195
Tabla 13: Proyección de la oferta complementaria el producto tapices Salasakas.....	196
Tabla 14: Proyección de la oferta complementaria el producto sombreros de paño	196
Tabla 15: Proyección de la oferta complementaria el producto en madera.....	197
Tabla 16: Proyección de la oferta complementaria el productos en fibra sintética (shigras)	197
Tabla 17: Proyección de la oferta complementaria el productos tejidos de alpaca y borrego	198
Tabla 18: Principales exportadores ecuatorianos de productos artesanales y afines a UK ..	199
Tabla 19: Distribución de las encuestas a aplicar por barrios	210
Tabla 20: Producto alfombras de Guano (hand made carpets).....	212
Tabla 21: Producto shigras en fibra sintética (synthetic handbags).....	213
Tabla 22: Producto shigras en fibra natural (natural fiber handbags)	214
Tabla 23: Producto fajas hechas en lana (female girdles)	215
Tabla 24: Producto sombreros de paño (hats)	216
Tabla 25: Producto artículos de cuero (leather products).....	217
Tabla 26: Producto cestería en totora y cerámica (bulrush and ceramic).....	218
Tabla 27: Producto artesanía en tagua (ivory nut).....	219
Tabla 28: Producto tejidos en lana (wool products)	220
Tabla 29: Producto tapices salasaka (wall hangings)	221
Tabla 30: Producto pinturas de tigua (naif style paintings).....	222

Tabla 31: Producto pinol	223
Tabla 32: Producto mascararas de madera (Wooden Masks).....	224
Tabla 33: Producto artesanía simiatug (natural fiber crafts)	225
Tabla 34: Síntesis de los resultados obtenidos del análisis de preferencia de los productos artesanales en el mercado de Londres-Reino Unido.....	226
Tabla 35: Comparación del resto de la población adulta de Londres que no han comprado y no considerara comprar artesanías, con aquellos involucrados en el mercado artesanal	229
Tabla 36: Comparaciones entre compradores y potenciales compradores de artesanías, en términos demográficos, intereses y perspectivas	230
Tabla 37: Determinación de la demanda objetivo de mercado.....	232
Tabla 38: Porcentaje de interés en la compra de productos artesanales con respecto a la demanda total	232
Tabla 39: Cuota de demanda por producto (FOB en miles de usd 2011).....	233
Tabla 40: Demanda potencial para los próximos 5 años por producto a exportar	234
Tabla 41: Demanda insatisfecha proyectada	235
Tabla 42: Demanda Objetivo Proyectada	237
Tabla 43: Cartera de productos de la empresa.....	239
Tabla 44: Determinación de la cantidad de artículos artesanales disponible para la empresa mensualmente	244
Tabla 45: Matriz de micro localización (Método de ponderación por sectores)	254
Tabla 46: Características y atributos de las piezas artesanales a exportar.....	260
Tabla 47: Costos Identificación de la empresa “Etiquetas”	277
Tabla 48: Costos “Publicidad”	283
Tabla 49: Contenidos a utilizar para la promoción y difusión turística de andes centro	287
Tabla 50: Costos de promoción	295
Tabla 51: Requerimiento de la empresa. (Activos Fijos)	295
Tabla 52: Requerimiento de Servicios Básicos	298
Tabla 53: Remuneración del personal de la empresa “Inqa Arts Cia Ltda.”	318
Tabla 54: Gastos de constitución de la empresa “INQA ARTS”	324
Tabla 55: Inversiones del Proyecto.....	329
Tabla 56: Fuentes y usos del proyecto.....	330
Tabla 57: Clasificación de las inversiones.....	331
Tabla 58: Depreciación de activos fijos.....	333
Tabla 59: Amortización de diferidos	334
Tabla 60: Calculo del pago de la deuda o amortización del préstamo	334
Tabla 61: Estructura de costos para la vida útil del proyecto	335

Tabla 62: Estructura de Ingresos	336
Tabla 63: Estado proforma de resultados	337
Tabla 64: Balance general	338
Tabla 65: Calculo del flujo de caja proyectado	339
Tabla 66: Evaluación Financiera	341
Tabla 67: Ámbitos y subámbitos del patrimonio inmaterial	353
Tabla 68: Puntuación asignada a los parámetros para la determinación de las artesanías a exportar	358
Tabla 69: Determinación de las ventas anuales	371
Tabla 70: Análisis FODA de Precio	375
Tabla 71: Análisis FODA de Plaza.....	376
Tabla 72: Análisis FODA de Producto.....	377
Tabla 73: Análisis FODA de Promoción.....	379

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Alfombras de guano (hand made carpets)	210
Figura 2: Producto shigras en fibra sintética (synthetic handbags)	211
Figura 3: Producto shigras en fibra natural (natural fiber handbags)	212
Figura 4: Producto fajas hechas en lana (female girdles)	213
Figura 5: Producto sombreros de paño (hats)	214
Figura 6: Producto artículos de cuero (leather products)	215
Figura 7: Producto cestería en totora y cerámica (bulrush and ceramic)	216
Figura 8: Producto artesanía en tagua (ivory nut)	217
Figura 9: Producto tejidos en lana (wool products)	218
Figura 10: Producto tapices salasaka (wall hangings)	219
Figura 11: Producto pinturas de tigua (naif style paintings)	220
Figura 12: Producto pinol	221
Figura 13: Producto mascararas de madera (wooden masks)	222
Figura 14: Producto artesanía simiatug (natural fiber crafts)	223
Figura 15: Aceptación en el mercado de londres-reino unido de los productos artesanales a exportar	225

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Flujograma de procesos de comercialización de los productos (exporta fácil) -	255
Gráfico 2: Flujograma de procesos de comercialización de los productos (aduana del ec.)	256
Gráfico 3: Canal directo de distribución-----	271
Gráfico 4: Canal detallista de de distribución-----	272
Gráfico 5: Organigrama estructural de la empresa “inqa arts cia ltda.”-----	300
Gráfico 6: Organigrama funcional de la empresa “inqa arts cia ltda.”-----	300

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1:	Marca de la empresa-----	274
Ilustración 2:	Marca de la empresa-----	275
Ilustración 3:	Empaques de la empresa-----	276
Ilustración 4:	Página web-----	277
Ilustración 5:	Tarjetas de presentación -----	279
Ilustración 6:	Hojas membretadas-----	280
Ilustración 7:	Volantes publicitarios -----	280
Ilustración 8:	Modelo de reconocimiento a clientes -----	282

LISTA DE PLANOS

Plano 1:	Distribución de la planta-----	250
-----------------	--------------------------------	-----

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1:	Ámbitos y subámbitos del patrimonio inmaterial -----	352
Anexo 2:	Ficha de registro del los bienes inmateriales del inpc -----	355
Anexo 3:	Matriz de criterios de calificación de los productos artesanales -----	357
Anexo 4:	Cuestionario para proveedores -----	359
Anexo 5:	Encuesta para la determinación de la cartera de productos de la empresa “inka-arts” -----	362
Anexo 6:	Determinación de las ventas anuales -----	370
Anexo 7:	Análisis FODA -----	374

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE EXPORTACIÓN ARTESANAL QUE CONTRIBUYA EN LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA DE LOS ANDES CENTRO DE ECUADOR, EN EL MERCADO DE LONDRES, REINO UNIDO

II. INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo (OMT), en base a la definición de desarrollo sostenible establecido por el Informe Brundtland, afirma que: “El desarrollo del Turismo Sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida”.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo - OMT, en el 2011, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 980 millones, 41 millones más que en el 2010, lo cual representó un 4.4% de crecimiento, batiendo nuevos récords en 2011 a pesar de las difíciles condiciones económicas mundiales; responsabilizándose directamente del 5 % del PIB mundial, del 6 % de las exportaciones totales y del empleo de una de cada 12 personas tanto en las economías avanzadas como en las emergentes, los resultados son alentadores, especialmente al llegar en un momento en el que necesitamos urgentemente actividades que estimulen el crecimiento y la creación de empleo.

En el 2011, el Ecuador alcanzó 1.140.978 llegadas internacionales, de los cuales el turismo cultural se ubicó en el cuarto producto turístico más comercializado representando el 7% un porcentaje muy bajo tomando en cuenta que esta modalidad de turismo es menos estacional y que Ecuador cuenta con los recursos histórico-artísticos necesarios para su desarrollo. El sector artesanal de la sierra centro del Ecuador se encuentra poco explotado y es uno de los sectores productivos menos apoyados con relación a otros. En su mayor parte los artesanos de

esta región no están preparados para enfrentar los cambios que se producen vertiginosamente en un mundo globalizado produciéndose así una competencia desleal en la cual los productos artesanales no son ofertados de manera directa en los mercados nacionales e internacionales, teniendo que contactarse con terceros para poder hacerlo recibiendo un mínimo lucro por su ardua labor, siendo las empresas extranjeras quienes con poco esfuerzo hacen de la exportación de artesanías ecuatorianas un gran negocio.

Las artesanías siendo parte del fondo de patrimonio cultural inmaterial del Ecuador dan cuenta de relaciones sociales, procesos históricos y entramados simbólicos de la sociedad. Por ello podemos decir que su existencia cobra vida en la cotidianidad de los pueblos y es allí donde su carácter de inmaterialidad, en términos patrimoniales llegan a constituir productos con mucho atractivo que responden a los caracteres culturales de la época reafirmando nuestra identidad cultural, por lo que llegan a convertirse en grandes atractivos tanto para grupos locales, nacionales y extranjeros.

En Europa la apreciación del arte es mayor que en Sudamérica por lo que se ha constituido en el principal destino para la exportación de artesanías sudamericanas. El Reino Unido siendo un mercado de consolidación para Ecuador, es un país que aun esta poco explotado en esta área, por lo que se hace necesario la creación de empresas que aprovechen los recursos existentes y ayuden en la promoción y difusión del país y de igual manera aporten a la generación de una balanza comercial positiva.

A. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto está enfocado a contribuir con el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador PIMTE 2014, pretendiendo lograr el fortalecimiento de los productos artesanales ya existentes en nuestro medio en la ciudad de Londres que forma parte del mercado de consolidación de Reino Unido. Creando de esta manera un espacio de carácter socio cultural donde nuestros artesanos tengan la posibilidad de mostrar el esfuerzo creativo y la habilidad de sus manos en el mercado internacional, alcanzando niveles de notoriedad y presencia en uno de los mercados más importantes de consolidación para el país.

De esta manera se pretende dar a conocer mejor el patrimonio cultural inmaterial artesanal, logrando que se tome mayor consciencia de su importancia, propiciando formas de diálogo que respeten la diversidad cultural y promoviendo el uso responsable de las mismas que según la convención de la UNESCO 2001 requiere medidas urgentes de salvaguardia.

Como empresa lo que se pretende lograr es el crear un mercado como una actividad social organizada en el que nuestro especial interés es el de apoyar al sector artesanal vulnerable como es el caso de indígenas, campesinos, madres cabeza de familia, quienes se han unido para superar las dificultades económicas de sus familias. Los mismos que ayudaran por medio de sus productos a que la empresa adquiriera una imagen consolidada en el mercado internacional difundiendo el arte y cultura del país en especial de la región Andes Centro.

Debido a la variedad cultural de nuestro país así como la variedad de recursos naturales se espera que el presente proyecto represente variados e innovadores productos artesanales elaborados en diferentes materias primas como madera, cuero, cerámica, lana, sedas, tagua, junco, arcilla, piedra, plata, oro entre otros, transformados en prendas de vestir, bolsos, calzado, piezas de decoración, utensilios para la mesa, cocina y joyería.

B. OBJETIVOS

1. GENERAL

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de exportación artesanal que contribuya en la promoción y difusión turística de los Andes Centro de Ecuador, en el mercado de Londres, Reino Unido.

2. ESPECÍFICOS

- a. Determinar la viabilidad comercial.
- b. Definir la viabilidad técnica del proyecto.
- c. Definir la viabilidad administrativo legal.
- d. Evaluar financiera y económicamente la empresa.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. PROYECTO

THOMPSON, 2006 manifiesta "Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo".

Para Juran, 1997 proyecto es: "problema escogido para ser solucionado".

Ortiz, 2009 manifiesta que un proyecto es el "Conjunto de actividades interrelacionadas que tienen un objetivo común, alcanzable autónomamente como unidad de acción en un periodo de tiempo determinado, al que están asignadas personas y medios materiales informativos y financieros".

B. EMPRESA

La Oficina del Emprendedor Madrid, 2010 propone "Una empresa es un sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a unas demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, unos objetivos, unas tácticas y unas políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión. La planificación posterior está condicionada por dicha definición.

La Comisión de la Unión Europea, 2009 sugiere: "Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular,

se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular."

Según Cárdenas, 2002 "Una empresa es una unidad económica que satisface necesidades de otros a cambio de una ganancia".

Esta definición incluye, entre otros: Trabajo organizado, Producto, Mercado (oferta y demanda), Ganancias.

C. EXPORTACIÓN

1. Concepto

Boríssov, Zhamin y Makárovasalida, 1997 dicen que "Exportación es la salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior.

La Aduana del Ecuador, 2010 "Exportar es la operación aduanera de carácter principal que consiste en el despacho de mercancías nacionales o nacionalizadas hacia el extranjero, para su uso o consumo definitivo".

D. ARTESANÍAS

1. Concepto y antecedentes

Para Malo, 2006 "La artesanía es una de las vías que tienen los pueblos para contar su historia y mostrar su creatividad".

La definición adoptada en el simposio internacional “Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification” Señala lo siguiente:

“Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sean totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se produce sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materia primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosas y socialmente”

Es una actividad creativa enraizada en la identidad propia de cada pueblo, capaz de movilizar los valores más auténticos de las comunidades para enfrentar los efectos de la pobreza y la exclusión social. Es una auténtica y genuina manifestación cultural. Se ha calculado que las artesanías representan la cuarta parte de las microempresas en el mundo en desarrollo. Permiten que los productores reciban ingresos directamente y permitan la participación de millones de personas en la producción, muchos de ellos mujeres, especialmente en las áreas rurales. No es costoso crear un puesto de trabajo artesanal, ni se requiere un equipo caro para la producción, ni grandes naves industriales, ni complicadas tecnologías

La artesanía se presenta como un factor idóneo, con efecto social multiplicador, que contribuye no solo con la generación de empleos a corto plazo para suplir una demanda inmediata de productos artesanales sino, lo que es más importante, que hace partícipe de los beneficios del turismo a las comunidades, al tiempo que contribuye a afianzar nuestra identidad.

La incorporación de maquinaria y nuevas fuentes de energía en la producción artesanal dan lugar a que, en algunos casos, sea difícil determinar si se trata de artesanías propiamente dichas o de pequeñas industrias.

La difusión de la energía eléctrica y los artefactos que funcionan con ella como motores han modificado de alguna manera la producción artesanal convirtiéndose en aceleradores del trabajo y ahorradores de tiempo y energía. Mientras continúe un predominio de la mano del hombre sobre la maquina en los procesos de producción, podemos hablar con seguridad de artesanías.

Según la UNESCO las técnicas artesanales tradicionales se expresan de diversas formas:

Indumentaria y joyas para proteger y adornar el cuerpo, trajes y accesorios necesarios para las festividades o las artes del espectáculo; objetos empleados para el almacenamiento y el transporte o contra la intemperie; artes decorativas y objetos rituales; instrumentos musicales y enseres domésticos; juguetes destinados a entretener o instruir, y útiles imprescindibles para la subsistencia o la supervivencia. Muchos de estos objetos son efímeros; no están hechos para durar más allá del festival comunitario o del rito familiar al que se destinan. Otros se atesoran, se heredan como valiosos recuerdos de familia y sirven de modelo para la creatividad a lo largo del tiempo. Las competencias y los conocimientos necesarios para que perdure la producción artesanal pueden ser tan delicados como un dibujo votivo sobre papel o arena, pero también tan robustos y adaptables como un sólido cesto o una gruesa manta.

E. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Panificación estratégica

Mattos, 1989 manifiesta que cualquiera de las actividades se organiza a través del pensamiento y este impulsa la acción. “La planificación estratégica es el acto que precede a la acción”. En la ejecución de la acción debe estar presente lo que se planificó, para no perder el sentido, la orientación y la dirección de la acción.

Entorno, cambio, oportunidades, visión de futuro y misión constituyen algunos elementos que deben ser integrados en una estrategia que asuma el largo plazo como una condición para la superación de los problemas.

Para Aued, 1998 La planificación estratégica es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, acerca del que hacer actual y el camino que deben recorrer en el futuro las comunidades, organizaciones e instituciones. No solo para responder a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr así el máximo de eficiencia y calidad de sus intervenciones, sino también para proponer y concretar las transformaciones que el entorno requiere.

De ahí que la planificación estratégica sea un instrumento que ayude no únicamente a reaccionar frente a los cambios (dimensión reactiva), sino, proponer y delinear propuestas de cambio (dimensión pro-activa).

2. Planificación estratégica y despliegues de calidad

Según González, 2000 “La Planificación Estratégica de la Calidad es el proceso por el cual una empresa define su razón de ser en el mercado, su estado deseado en el futuro y desarrolla los objetivos y las acciones concretas para llegar a alcanzar el estado deseado”. Se refiere, en esencia, al proceso de preparación necesario para alcanzar los objetivos de la calidad. Los objetivos perseguidos con la Planificación Estratégica de la Calidad son:

- Proporcionar un enfoque sistemático.
- Fijar objetivos de calidad.
- Conseguir los objetivos de calidad.
- Orientar a toda la organización.
- Válida para cualquier periodo de tiempo.

La Planificación Estratégica requiere una participación considerable del equipo directivo, ya que son ellos quienes determinan los objetivos a incluir en el plan de negocio y quienes los despliegan hacia niveles inferiores de la organización para, en primer lugar, identificar las acciones necesarias para lograr los objetivos; en segundo lugar, proporcionar los recursos oportunos para esas acciones, y, en tercer lugar, asignar responsabilidades para desarrollar dichas acciones. Los beneficios derivados del proceso de planificación son éstos:

- Alinea áreas clave de negocio para conseguir aumentar: la lealtad de clientes, el valor del accionista y la calidad y a su vez una disminución de los costes.
- Fomenta la cooperación entre departamentos.
- Proporciona la participación y el compromiso de los empleados.
- Construye un sistema sensible, flexible y disciplinado.

a. Planificación de todas las estrategias

González, 2000 manifiesta son muchos los beneficios del trabajo en equipo en cualquier proceso de mejora de calidad. En el equipo, cada uno de los componentes aporta distintas experiencias, habilidades, conocimientos y perspectivas sobre los temas que abordan diariamente.

Un equipo es un conjunto de personas comprometidas con un propósito común y del que todos se sienten responsables. Dado que los componentes del equipo representan a varias funciones y departamentos, se obtiene una profunda comprensión del problema, permitiendo a la organización resolver los problemas que afectan a varios departamentos y funciones. Para mejorar la eficacia del trabajo en equipo es necesario dominar una serie de habilidades:

- Toma de decisiones, mediante tres pasos:
 - Inputs* (recogida y presentación de información relevante).

Proceso del equipo (lograr una comprensión común de los hechos y un acuerdo sobre las opiniones e ideas de los componentes del equipo mediante técnicas de comunicación eficaces) y

Resultados (donde se decide sobre las acciones apropiadas).

- Recogida y transmisión de información. La comunicación efectiva en cuanto a cómo se recoge la información es esencial en el proceso, desarrollando técnicas como la capacidad de escucha o la capacidad de preguntar.
- Celebración de reuniones, las cuales proporcionan la base comunicativa del equipo y que hay que establecer, planificar, dirigir, evaluar y preparar.
- Relaciones interpersonales. Las distintas personalidades, actitudes y necesidades de cada uno de los componentes pueden crear barreras que interfieran en las interacciones del equipo. La plena participación de todos los miembros implica el conocimiento de estas posibles barreras y la forma de superarlas y solucionarlas.

b. El proceso de mejora continua

Para González, 2000 la Mejora de la Calidad es un proceso estructurado para reducir los defectos en productos, servicios o procesos, utilizándose también para mejorar los resultados que no se consideran deficientes pero que, sin embargo, ofrecen una oportunidad de mejora.

Un proyecto de mejora de la calidad consiste en un problema (u oportunidad de mejora) que se define y para cuya resolución se establece un programa. Como todo programa, debe contar con unos recursos (materiales, humanos y de formación) y unos plazos de trabajo.

La Mejora de la Calidad se logra proyecto a proyecto, paso a paso, siguiendo un proceso estructurado como el que se cita a continuación:

- Verificar la misión.

- Diagnosticar la causa raíz.
- Solucionar la causa raíz.
- Mantener los resultados.

En un primer momento, se desarrolla una definición del problema exacto que hay que abordar, es decir, se proporciona una misión clara: el equipo necesita verificar que comprende la misión y que tiene una medida de la mejora que hay que realizar. Las misiones procederán de la identificación de oportunidades de mejora en cualquier ámbito de la organización, desde el Plan estratégico de la empresa hasta las opiniones de los clientes o de los empleados. Eso sí, la misión debe ser específica, medible y observable.

F. ESTUDIO DE MERCADO

1. Conceptos

Kotler, Bloom y Hayes, 2003 señalan que “El estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”.

Según Thompson, 2008 el estudio de mercado es: "Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica"

2. El proceso del estudio de mercado

Para (Morandi, 2009) el proceso del estudio de mercado está fundamentado en:

a. Caracterización del producto o servicio

Definir con la mayor precisión posible el tipo de producto o servicio que va a ser ofertado por el proyecto. Las especificaciones técnicas nos ayudan a determinar la calidad del bien o servicio a ser producido; a estimar a los precios probables con mayor exactitud, y a brindar los elementos de análisis necesarios para los estudios técnicos (especialmente las alternativas tecnológicas) y financieros (especialmente costos), que deberán ser desarrollados a continuación del estudio de mercado.

- 1) Identificación y especificación del producto principal y sus subproductos o del servicio principal y sus servicios accesorios.
- 2) Identificación y especificación de los servicios sustitutivos o complementarios disponibles en el mercado.

La definición original del producto efectuada en el estudio de mercado, no necesariamente será la definitiva, sino que podrá ser sucesivamente ajustada a la función de otros factores como costo de producción, tecnología disponible, tamaño y localización de la planta productora, posibilidades de almacenamiento y transporte, etc.

b. Caracterización del área del mercado

El área de mercado, tanto en lo relacionado a sus características geográficas, como sociales, económicas y demográficas, a determinar nos ayudan a determinar con mayor precisión la potencialidad del mercado, y eventualmente incorporar mecanismos para selectivizar o intencionalizar la oferta de bienes o servicios a aquellos grupos sociales que más lo necesitan.

1) Población consumidora y/o beneficiaria.

Contingente actual, tasa de crecimiento, estructura, distribución por grupos de edad, sexo y capacidad de pago, dispersión geográfica y tendencias y cambios operados en la estructura económica en los últimos años.

2) Ámbito del Mercado

a) El mercado externo

Indicar los países a los que se piensa exportar; justificar el interés de los mismos por el producto; señalar los convenios, acuerdos o tratados internacionales existentes; analizar las series históricas de las importaciones realizadas por esos países; e indicar las disposiciones nacionales que regulan la importancia de este tipo de bien.

b) El Mercado interno

Indicar el ámbito a ser analizado (nacional, regional, provincial y local), y la evolución de los indicadores de la población consumidora señalados en a).

c) Mercado combinado (interno y externo)

Estimar las cuotas o porcentajes de la producción a ser absorbidos por cada uno (estructura del consumo), siguiendo las indicaciones señaladas para a) y b)

3) Ingresos

Fuentes y estructura actual de los ingresos y tasas de crecimiento de los ingresos y tasas de crecimiento de los mismos.

4) Factores limitantes de la producción

Posibilidades de alterabilidad de los mismos económicos, sociales, tecnológicos, culturales, institucionales, físicos, etc.).

c. Comportamiento de la demanda

El análisis de la demanda en un estudio de mercado, debe contener cuatro partes fundamentales:

- 1) Evolución histórica del consumo
- 2) Cuantificación de las tendencias y determinación de la demanda insatisfecha histórica
- 3) Determinación y justificación de los supuestos para proyectar la demanda.
- 4) Determinación de la Demanda Futura.

d. El análisis de la oferta

Tiene como objetivo, en primer lugar conocer las condiciones en las que se producen bienes o servicios iguales o similares a los que serán producidos por el proyecto; y en segundo lugar, dimensionar la demanda insatisfecha futura y la franja del mercado que será atendida por el proyecto y debe contener cinco aspectos fundamentales.

- 1) Evolución histórica.
- 2) Volúmenes de producción actual.
- 3) Oferta proyectada futura.
- 4) Caracterización de la Oferta.
- 5) Determinación de la porción de demanda insatisfecha.

e. Precios

El análisis de las series históricas y de los mecanismos de formación de los precios del bien o servicio a ser producido por el proyecto, nos permite estimar el precio probable y en función de ello, tener una idea preliminar del volumen de recursos que el proyecto podría generar en concepto de ingresos.

f. Comercialización

El estudio de mercado culmina con el estudio de los circuitos de comercialización predominantes en esa región para ese tipo de producto, o de los mecanismos de acceso a la prestación de servicios, según se trate de proyectos productivos, existenciales, de infraestructura social o mixta, en donde se debe tomar en cuenta

- 1) Circuitos de comercialización.
- 2) Márgenes de precios retenidos.
- 3) Formas de acondicionamiento.
- 4) Formas de transporte y distribución.

g. Nuevas tendencias del marketing

1) Benchmarking

GONZÁLEZ, 2000 define al Benchmarking como: un proceso en virtud del cual se identifican las mejores prácticas en un determinado proceso o actividad, se analizan y se incorporan a la operativa interna de la empresa.

Dentro de la definición de Benchmarking como proceso clave de gestión a aplicar en la organización para mejorar su posición de liderazgo encontramos varios elementos clave:

- a) Competencia, que incluye un competidor interno, una organización admirada dentro del mismo sector o una organización admirada dentro de cualquier otro sector.
- b) Medición, tanto del funcionamiento de las propias operaciones como de la empresa Benchmark, o punto de referencia que vamos a tomar como organización que posee las mejores cualidades en un campo determinado.

- c) Representa mucho más que un Análisis de la Competencia, examinándose no sólo lo que se produce sino cómo se produce, o una Investigación de Mercado, estudiando no sólo la aceptación de la organización o el producto en el mercado sino las prácticas de negocio de grandes compañías que satisfacen las necesidades del cliente.
- d) Satisfacción de los clientes, entendiendo mejor sus necesidades al centrarnos en las mejores prácticas dentro del sector.
- e) Apertura a nuevas ideas, adoptando una perspectiva más amplia y comprendiendo que hay otras formas, y tal vez mejores, de realizar las cosas.
- f) Mejora Continua: el Benchmarking es un proceso continuo de gestión y auto-mejora.

h. Estrategia de internacionalización y aprovechamiento de sinergias

El PIMTE, 2014 establece “Realizar sinergias con todos los actores del turismo e institucionales que sean de interés, sean del sector público (por ej. Embajadas y Consulados, instituciones de promoción comercial e inversiones internacionales del Ecuador en el mundo), como el privado, y coordinación constante con las oficinas de promoción turística de Ecuador que sean contratadas en el extranjero. También es importante el aprovechamiento de cualquier evento (público o privado) de carácter comercial, cultural, deportivo o diplomático para participar desde el Ministerio de Turismo en acciones de promoción”.

G. ESTUDIO TÉCNICO

Según Sapag 2004: “El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área”.

Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya

Jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera.

Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente.

Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente.

El estudio técnico contemplará los siguientes puntos:

- Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto
- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- Ingeniería del Proyecto

1. Determinación del tamaño óptimo de la planta

Para Baca, 2001 manifiesta que "El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año"

La definición del tamaño del proyecto es fundamental para la determinación de las inversiones y costos que se derivan del estudio técnico. Para un mismo volumen de producción se obtienen resultados económicos muy diferentes si el tamaño considera la operación de dos plantas a un solo turno cada una o de una planta a dos turnos.

Normalmente, durante esta etapa del estudio puede optarse por una alternativa de tamaño y proceso específicos para el proyecto. Sin embargo, cuando existen dudas entre dos o más posibilidades, parece conveniente no tomar una decisión en una etapa tan preliminar. En este caso, deberán desarrollarse los estudios de las distintas posibilidades técnicas de alternativa, postergando, si fuera preciso, la decisión hasta la última etapa de su evaluación.

2. **El estudio de la localidad**

Según Sapag, 2004 “La localización puede tener un efecto condicionante sobre la tecnología utilizada en el proyecto tanto por las restricciones físicas que importa como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible.

Entonces este estudio so será una evaluación de factores tecnológicos; su objetivo es elegir aquella que permita las mayores ganancias entre las alternativas que se consideren factibles.

El análisis de la ubicación del proyecto puede realizarse con distintos grados de profundidad, que dependen del carácter de factibilidad, pre factibilidad o perfil del estudio.

a. Factores de localización

Las alternativas de instalación de la planta deben compararse en función de las fuerzas locacionales típicas de los proyectos. Para este análisis se debe tomar en cuenta por los menos los siguientes factores:

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales • Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de terrenos
- Topografía de suelos
- Estructura impositiva y legal
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros
- Comunicaciones posibilidad de desprenderse de desechos.

3. Ingeniería del proyecto

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

Considera aspectos como:

- Descripción del proceso productivo.
- Adquisición de equipo y maquinaria.
- Determinación de la distribución óptima de la planta
- Definición de la estructura y de organización que habrá de tener la planta productiva.

4. Proceso productivo

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima, eficiencia en el uso del tiempo, orden, etc. Por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o la prestación del servicio.

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.

La descripción del proceso productivo posibilitará, además, conocer las materias primas y los restantes insumes que demandará el proceso. Como ya se mencionó, el proceso productivo se elige tanto a través del análisis técnico como económico de las alternativas existentes.

5. Adquisición de equipo y maquinaria.

Con el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de las máquinas se precisará su disposición en planta, la que a su vez permitirá dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación, en consideración a las normas y principios de la administración de la producción.

6. Determinación de la distribución óptima de la planta

Para la óptima distribución de la planta se elaborará los planos de distribución, los cuales sirven para establecer el tamaño y localización de las áreas industriales dedicadas a: recepción de materias primas, elaboración de productos, servicios auxiliares, control de calidad, envase y empaque, almacenamiento e inter comunicación de la planta. La meta fundamental que se persigue es obtener la mejor relación entre el espacio, inversión y costos de producción.

7. Definición de la estructura y de organización de la planta productiva.

El análisis en conjunto de los aspectos señalados anteriormente hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por especialización y asignarles un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación. De igual manera, deberán deducirse los costos de mantenimiento y reparaciones, así como el de reposición de los equipos.

Una de las conclusiones de este estudio es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Para Sapag, 2004 uno de los aspectos que menos se tiene en cuenta en el estudio de proyectos es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración; organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.

1. Estudio administrativo

Por cada proyecto es posible definir la estructura organizativa que más se adapte a los requerimientos de su posterior operación. Conocer esta estructura es fundamental para definir las necesidades de personal calificado para la gestión y, por lo tanto, estimar con mayor precisión los costos indirectos de la mano de obra ejecutiva. Este estudio incluye:

- Tipo de empresas a establecer
- Forma jurídica y constitución
- Estructura de la empresa
- Direccionamiento estratégico
- Organigrama administrativo

a. Tipo de empresas a establecer

Según el Código Civil sociedad se define como “un contrato por el que dos o más personas estipulan poner un capital u otros efectos en común, con el objeto de repartirse entre las ganancias o pérdidas que resulten en la especulación.

Las leyes del Ecuador distinguen las siguientes clases de compañías.

- Sociedad colectiva

- Sociedad en comandita
- Sociedad de responsabilidad limitada
- Sociedad anónima
- Sociedad de economía mixta
- Sociedades extranjeras
- Empresa de economía solidaria

b. Forma jurídica y constitución

Los trámites a efectuar para la constitución de una sociedad a nivel general son:

- Reserva de nombre
- Elaboración de la Minuta
- Elevación a Escritura Pública
- Registro en la Superintendencia de Compañías.
- Inscripción en el Registro Mercantil

c. Estructura de la empresa

La decisión de desarrollar internamente actividades que pudieran subcontratarse influye directamente en los costos por la mayor cantidad de personal que pudiera necesitarse, la mayor inversión en oficinas y equipamiento y el mayor costo en materiales y otros insumes.

Como puede apreciarse, una decisión que pareciera ser secundaria lleva asociada una serie de inversiones y costos que ningún estudio de proyectos podría obviar.

Bastaría un análisis muy simple para dejar de manifiesto la influencia de los procedimientos administrativos sobre la cuantía de las inversiones y costos del proyecto.

Los sistemas y procedimientos contable-financieros, de información, de planificación y presupuesto, de personal, adquisiciones, crédito, cobranzas y muchos más van asociados a costos específicos de operación.

Los sistemas y procedimientos que definen a cada proyecto en particular determinan también la inversión en estructura física. La simulación de su funcionamiento permitirá definir las necesidades de espacio físico para oficinas, pasillos, estacionamiento, jardines, vías de acceso, etcétera.

Ninguna de estas consideraciones puede dejarse al azar. De su propio análisis se derivarán otros elementos de costos que, en suma, podrían hacer no rentable un proyecto que, según estimaciones preliminares, haya parecido conveniente de implementar.

d. Direccionamiento estratégico

Contempla aspectos importantes que determina el rumbo que toma una organización. El direccionamiento incluye:

1) Misión

Según Canelos, 2000 "La misión organizacional es "una declaración duradera de propósitos que distingue a una organización de otras similares".

Un compendio de la razón de ser de una organización, esencial para determinar objetivos y formular estrategias.

La misión describe la naturaleza y el campo al cual se dedica la organización, en otros términos es la respuesta a la pregunta: ¿Para qué existe la organización?

Los componentes principales a considerarse en la estructuración de la misión son los siguientes.

- Clientes - ¿Quiénes son los clientes de la institución?
- Productos o servicios - ¿Cuáles son los productos o servicios más importantes de la institución y en qué forma deben ser entregados?
- Mercados - ¿Compite la institución geográficamente y que mercados atiende?
- Preocupación por supervivencia y mejoramiento.
- Preocupación por imagen pública - ¿Cuál es la imagen pública a la que aspira la institución?

Es la declaración fundamental en la cual la empresa describe su campo de actividad y su mercado de referencia, expresa su vocación básica, sus principios de dirección y precisa su sistema de valores. En esta declaración son importantes dos aspectos:

El plano interno: Porque da al personal de la empresa una comprensión de los objetivos perseguidos y una unidad de punto de vista que favorece a la creación de una cultura de empresa.

El plano externo: Porque contribuye a la creación de una identidad corporativa, explicando el papel económico y social que la empresa intenta ejercer en la sociedad y la manera en que quiere ser percibida por los clientes, los distribuidores, los empleados, los accionistas y el público en general.

Una organización existe para lograr algo. Al principio, la organización tiene un propósito o misión claros, pero con el tiempo es posible que la misión pierda claridad a medida que la organización crece, añade nuevos productos y mercados, o enfrenta nuevas condiciones en el entorno.

Es el momento de renovar la búsqueda de un propósito, momento de preguntar:

- ¿En qué negocio estamos?
- ¿Quién es el cliente?
- ¿Qué valoran los clientes?
- ¿Cuál debe ser nuestro negocio?

Es así que las empresas que tienen éxito deben de someterse a revisar su misión corporativa con frecuencia y muchas veces deben modificarla, renovarla o hasta diseñarla nuevamente.

2) Visión

Para (Valencia, 2004 “Es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que una organización es y quiere ser en el futuro”).

La visión señala rumbo, da dirección, es la cadena o lazo que une en la organización el presente y el futuro.

Esta describe el carácter y el concepto de las actividades futuras de la organización. Es la respuesta a la pregunta: ¿Qué queremos que sea la organización en los próximos años?

La visión de futuro establece aquello que la organización piensa hacer, y para quien lo hará, así como las premisas filosóficas centrales.

Para la redacción de la visión de futuro se deben considerar los siguientes elementos:

- Debe ser formulada por líderes
- Establecer dimensión de tiempo
- Integradora: compartida entre el grupo gerencial y los colaboradores
- Amplia y detallada
- Positiva y alentadora
- Debe ser realista en lo posible
- Comunica entusiasmo
- Proyecta sueños y esperanzas
- Incorpora valores e intereses comunes
- Logra sinergismo
- Debe ser difundida interna y externamente

e. **Organigrama administrativo**

El organigrama es la expresión gráfica de una organización con sus distintas relaciones de autoridad y funcionalidad entre las varias unidades administrativas que la conforman.

Un organigrama tiene que necesariamente reflejar la estructura real de la organización, con sus unidades y relaciones de funcionalidad, autoridad y coordinación; existe varias formas de clasificarlos sin embargo los más utilizados son:

- Estructurales: Representa el esquema básico de una organización, es decir sus unidades administrativas y su relación de dependencia que existe entre ellas.
- Funcionales: Parte del organigrama estructural y a nivel de cada unidad administrativa se detalla las funciones principales básicas.
- Posición del personal: Sirve para representar en forma objetiva, la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas.

2. **Estudio legal**

Según Valencia, 2004 Este estudio es tan importante como los aspectos. Aunque no responde a decisiones internas del proyecto, como la organización y procedimientos administrativos, influye en forma indirecta en ellos y, en consecuencia, sobre la cuantificación de sus desembolsos.

Los aspectos legales pueden restringir la localización y obligar a mayores costos de transporte, o bien pueden otorgar franquicias para incentivar el desarrollo de determinadas zonas geográficas donde el beneficio que obtendría el proyecto superaría los mayores costos de transporte.

Uno de los efectos más directos de los factores legales y reglamentarios se refiere a los aspectos tributarios. Normalmente existen disposiciones que afectan en forma diferente a los proyectos, dependiendo del bien o servicio que produzcan.

Esto se manifiesta en el otorgamiento de permisos y patentes, en las tasas arancelarias diferenciadas para tipos distintos de materias primas o productos determinados, o incluso en la constitución de la empresa que llevará a cabo el proyecto, la cual tiene exigencias impositivas distintas según cuál sea el tipo de organización que se seleccione.

Otro de los efectos lo constituye la determinación de los desembolsos que representa la concreción de las opciones seleccionadas como las más convenientes para el proyecto. Por ejemplo, los gastos en que se deberá incurrir por la confección de un contrato para encargar una tecnología que debe hacerse a pedido. De la misma forma, es posible identificar una serie de otros efectos económicos vinculados a variables legales.

I. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Estudio financiero

Para Sapag, 2004 la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los (temas de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero.

También Hernández en 1997 dice que: “Los apartados básicos para la elaboración de un estudio financiero son:

a. Presupuesto de inversión

La denominaremos inversiones al monto de recursos que en forma de capital requiere la empresa en proyecto para materializarse y poder iniciar operaciones, así como aquellas erogaciones que se requerirán durante su funcionamiento para reponer activos fijos obsoletos o para permitir ampliaciones en la planta productiva original. A estas últimas se les conoce también con el término de reinversiones.

b. Calendario de inversiones

El calendario de inversiones junto con el programa de obras no solo representan un instrumento técnico fundamental para el proceso de evaluación y el cálculo de rentabilidad, sino que además es prácticamente indispensable para la negociación y obtención de créditos.

c. Estructura de capital

Se denomina estructura de capital a la forma como se distribuye la inversión total de un proyecto entre sus posibles orígenes financieros, clasificándose inicialmente en dos grandes rubros, aportación propia o de riesgo y participación de crédito.

d. Pronostico de ingresos

Una vez que el proyecto llega a la etapa de estudio financiero, ya se tendrá definido los tipos de bienes y servicios que pondrá en el mercado la futura empresa, así como los márgenes por considerar en materia de precio y tarifas, al igual que los volúmenes previstos de la demanda por captar, sea en la forma de porcentaje de ocupación o en cualquier otra medida.

e. Análisis sobre la posición financiera esperada

Con los elementos financieros descritos hasta el momento estaríamos en condiciones de analizar a lo largo del tiempo la posición financiera que deberá alcanzar la empresa, así como sus rendimientos operacionales, su capacidad de endeudamiento y sus expectativas de recuperación.

f. Sistemas de punto de equilibrio

Se conoce como punto de equilibrio al nivel de actividad y ventas en el cual los ingresos de una empresa se igualan a sus costes y gastos totales. Será por lo tanto aquel donde no se registran ni pérdidas ni ganancias.

2. Evaluación económica

Según Ocampo, 2003 la información generada por los estudios de mercado, técnico y financiero se analiza con el propósito de definir el monto de las inversiones de capital necesaria para implementar el proyecto; asimismo, el resultado de dicho análisis se incorpora a las proyecciones del flujo de efectivo.

a. Valor presente neto

Ocampo, 2003 establece que “El método de valor presente neto consiste en elegir la mejor entre un grupo de opciones mutuamente excluyentes, convirtiendo en flujo de efectivo en unidades comparables equivalentes.

El valor actual neto, viene determinado por la suma de los Cash Flow esperados actualizados todos ellos con la tasa del costo de capital del inversor.

b. Tasa de rendimiento interna TIR

Según Velastegui, 2002 la tasa interna de rentabilidad, viene determinada por aquel factor de descuento que iguala el VAN a cero. Aunque es una de las medidas más utilizadas como indicador de rentabilidad de las inversiones, adolece de varios defectos, el más significativo el hecho de que es una medida interna que supone que los flujos negativos se financian al mismo costo de la tasa.

c. Relación beneficio/costo

Arboleda, 1998 establece que “La relación beneficio costo de un proyecto a una tasa de interés (i) es el cociente que resulta de dividir la sumatoria del valor presente de los ingresos netos a una tasa de interés (i) entre la sumatoria del valor presente de los egresos netos a una tasa de interés (i).”

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. MATERIALES

1. Localización

El presente trabajo se ejecutó en Ecuador territorial en la región de los Andes Centro y en la ciudad de Londres capital de Inglaterra:

Ecuador: se encuentra ubicado en la parte noroeste de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico. La regional Andes está atravesada de norte a sur por la Cordillera de los Andes y se asienta en los valles ubicados entre la cordillera occidental y la oriental. La región Andes centro comprende las provincias de, Chimborazo, Guaranda Cotopaxi y Tungurahua.

Londres: es la capital de Inglaterra y del Reino Unido. Situada a orillas del río Támesis en el sur-este de la isla de Gran Bretaña.

a. Características generales

1) Ecuador

Superficie: 283 561 km²
Población: 14.306.876
Moneda: Dólar Americano
Uso Horario: UCT -5

2) Londres

Superficie: 1.706,8 km²
Población: Total 7.556.900 hab. Urbana 8.278.251hab. Metropolitana 12.300.000 a 13.945.000

Moneda: Libra Esterlina.

Uso Horario: GMT • Verano BST +1

b. Características climáticas

1) Ecuador:

Debido a la presencia de la cordillera de los Andes y según la influencia del mar, el Ecuador continental se halla climatológicamente fragmentado en diversos sectores. Además, a causa de su ubicación tropical, cada zona climática presenta sólo dos estaciones definidas: húmeda y seca. En la sierra, la temperatura suele estar entre los 8 °C y 26 °C. La estación húmeda se extiende entre noviembre a abril en la sierra.

2) Londres

La Temperatura oscila entre: 7 a 33°C, con una precipitación de 585mm. Se registran 4 estaciones: invierno, verano otoño y primavera. Las estaciones más lluviosas son las intermedias, otoño y primavera. Especialmente en otoño, se pueden dar lluvias torrenciales provocadas por la acumulación de calor en las masas de agua durante el verano, y la llegada de gotas frías polares. En invierno pueden aparecer, localmente, anticiclones térmicos.

2. Otros materiales y equipos

a. Materiales

Se emplearán hojas de papel bond, tinta de impresora, lápices, bolígrafos, tablero de campo, cartulinas, rollos de papel periódico, marcadores, libreta de campo.

b. Equipos

Vehículo, computadora, cámara fotográfica, filmadora, proyector, teléfono convencional y celular.

B. METODOLOGÍA

Los métodos utilizados fueron los siguientes: cuantitativos y cualitativos.

Para el método cuantitativo se aplicó técnicas como: estadísticas, encuestas, inventarios e informes de estudios realizados en el área.

Las fuentes de datos cualitativos: grupos focales, entrevistas semi estructuradas, entrevistas a informantes claves, observaciones, revisión de materiales y documentos.

La presente investigación se fundamentó en la aplicación de técnicas e instrumentos sencillos de la planificación estratégica y de proyectos orientada a objetivos.

1. Determinación de la viabilidad comercial

a. Determinación de la oferta

1) Inventario y catalogación del patrimonio cultural artesanal

En primera instancia se realizó una validación del inventario del fondo inmaterial artesanal que posee el INPC, con el fin de obtener una línea base sobre la cual se partió para determinar los posibles productos que la empresa va a ofertar. Los mismos que se organizaron en forma secuencial.

Dicho inventario fue establecido con la aplicación de las fichas de registro del “Instructivo para la Normalización del Fondo de Patrimonio Inmaterial del INPC, 2010; la cual, valora el

patrimonio inmaterial de acuerdo a los “Ámbitos y Subámbitos De Las Técnicas Artesanales Tradicionales” (Anexo 1)

Para la sistematización del patrimonio artesanal se aplicó los siguientes parámetros determinados en la Ficha de Registro de Bienes Inmateriales del INPC (Anexo 2) que son:

- ✓ Proceso secuencial o cronológico de la manifestación
- ✓ Identificación y descripción de personajes
- ✓ Contextualización de la manifestación
- ✓ Identificación y descripción de elementos (indumentaria, herramientas, accesorios, materiales, ingredientes, etc.): su procedencia, uso, forma de adquisición
- ✓ Detalle del modelo organizativo
- ✓ Forma de transmisión del conocimiento
- ✓ En el caso de plegarias y poesía popular, transcribir los versos y realizar las aclaraciones necesarias para su comprensión.
- ✓ En el caso de técnicas artesanales tradicionales, detallar el o los procedimiento (s) técnico (s) completo (s)

2) Priorización de los productos artesanales que la empresa va a ofertar

Se creó una matriz de criterios de calificación (Anexo 3) de los productos artesanales, con seis parámetros de calificación, a cada uno se le asignó un puntaje el mismo que fue determinado de acuerdo a la importancia que tiene dicho parámetro para el proyecto. Los parámetros que se consideraron fueron:

1. Capacidad de producción
2. Agrado a la vista del producto.

3. Facilidad de transportación y empaque.
4. Fragilidad del producto
5. Calidad del producto terminado
6. Proceso de fabricación

3) Análisis de proveedores

Se realizó un inventario de los proveedores de las artesanías en la región Andes Centro , analizando diversos parámetros entre los más importantes la calidad del producto, precio, capacidad de producción, para lo cual se aplicó una cuestionario. (Anexo 4)

4) Análisis de la oferta sustitutiva o complementaria

Se consideró como competidores a todas las tiendas artesanales que se dediquen a la exportación de estos productos en la región Andes Centro . Una vez identificada la competencia se analizó la ubicación, infraestructura, servicios, costo, tipo de clientes que lo adquieren, capacidad, ventajas y desventajas.

b. Determinación de la demanda

1) Determinación del universo

El universo de estudio está constituido por el número de habitantes de la ciudad de Londres– Reino Unido datos que fueron obtenidos de los registros de la municipalidad de Londres en: (<http://data.london.gov.uk>).

2) Cálculo de la muestra

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula estadística de Canavos que se detalla a continuación:

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

Donde:

N = universo de estudio

P= 0.5 probabilidad de ocurrencia de un evento

Q= 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

e= 10% margen de error

Z= 2% Margen de confiabilidad

n= Muestra.

3) Determinación de la oferta exportable

Por medio de una encuesta se recogió la información que nos permita determinar los productos de mayor interés en el mercado meta.

4) Caracterización de la demanda y perfil del comprador

Las técnicas que se utilizó para la caracterización de la demanda fueron primarias y secundarias.

Para la recolección de la información primaria se aplicó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario para determinar la aceptación de los productos artesanales en el mercado de Londres – Reino Unido.

La información secundaria se obtuvo mediante el análisis de información secundaria del documento (Consuming Craft: the contemporary craft market in a changing economy, 2010).

5) Confrontación de la oferta vs demanda

Primeramente se obtuvo las proyecciones a 5 años tanto de la oferta como de la demanda. El método que se utilizó fue el del incremento compuesto. Con los datos obtenidos se procedió a identificar la demanda insatisfecha y la cuota objetivo de mercado.

2. Definición de la viabilidad técnica

En base a la evaluación del estudio de mercado se procedió a:

a. Definir los productos de la empresa

Para definir los productos se consideró los datos obtenidos en el estudio de mercado, realizando una descripción de todo lo que se va a ofertar, para así poder determinar la capacidad real del proyecto.

b. Tamaño del proyecto

Con toda la información recopilada se realizó un análisis de la capacidad productiva de nuestros proveedores determinando así el tamaño del proyecto y el tamaño de la infraestructura a ser utilizada por la empresa.

c. Localización del proyecto

Para esto se efectuó una macro y micro localización. Mediante los datos anteriores se definió el área adecuada para ubicar a la empresa con fines de tener los mejores beneficios y minimizar los costos. Se analizó las necesidades de los proveedores y de los diferentes procesos de exportación para definir un punto estratégico donde se ubicará el proyecto.

d. Definición del proceso productivo

En base al paso anterior se realizó diagramas de flujo para cada uno de los procesos que la empresa debe cumplir para satisfacer a plenitud las necesidades tanto de proveedores, compradores, legales y administrativas de la empresa.

e. Mercadotecnia del producto

Para determinar las 4 P's de mercado (producto, precio, plaza y promoción) las mismas que ayudaron a determinar las estrategias de venta; se procedió a agrupar los conceptos analizados anteriormente e identificar las diversas situaciones a las que la empresa se tiene que enfrentar, ya que ilustró uno a uno los componentes de mercadeo especificando aquellos aspectos relevantes tanto óptimos como críticos desde dos enfoques como son los externos e internos.

3. Determinación de la viabilidad administrativo legal

a. Viabilidad legal

El análisis legal se basó en la Constitución Política del Ecuador, Ley de Cultura, Ley de Turismo, Ley de Compañías y reglamentos para Exportaciones de las Aduanas, lo que permitirá el conocimiento detallado de los trámites legales pertinentes para la operación del proyecto.

b. Análisis administrativo

Permitió organizar por departamentos funcionales a la empresa en base de un organigrama, así mismo se incluyó la elaboración del manual de funciones, procesos de reclutamiento del personal, políticas empresariales y de mas procesos necesarios.

4. Evaluación financiera y económica de la empresa

Una vez cumplido los pasos anteriores se realizó el análisis económico y financiero de la empresa para lo cual se cumplió las etapas y tablas sugeridas por Muñoz, E. 2005. Guía Metodológica de Proyectos Productivos que estima el presupuesto inicial de la inversión y un cálculo de ingresos y egresos en el horizonte de 5 años en base de balances y documentos contables como son:

- a. Inversiones del proyecto
- b. Fuentes y usos del proyecto
- c. Clasificación de las inversiones
- d. Depreciación de activos fijos
- e. Smortización de diferidos
- f. Calculo del pago de la deuda o amortización del préstamo
- g. Estructura de costos para la vida útil del proyecto
- h. Estructura de ingresos
- i. Estado proforma de resultados
- j. Balance general
- k. Calculo del flujo de caja del proyectado

Para determinar el estudio económica se calculo Tir, Van, Periodo de Recuperación de Capital y Relación Costo Beneficio.

V. RESULTADOS

A. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL

1. Determinación de la oferta

a. Inventario y catalogación del patrimonio cultural artesanal

1) Alfombras de Guano

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL BIENES INMATERIALES 				CODIGO		
				IM-06-07-50-000-11-000001		
DATOS DE LOCALIZACIÓN						
Provincia	Chimborazo	Cantón	Guano	Parroquia	Guano	
Localidad	San Pedro La Matriz			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural	
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR			X: (Este) 762037 Y: (Sur) 9822178	Altitud: 2722	
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Comunidad	Mestiza			Lengua	ESPAÑOL	
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales					
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales			Detalle del subámbito	Textilería	
Denominación: Alfombras de Guano						
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL						
				Descripción fotografía		
				IM-06-07-50-000-11-000001_1.jpg		
3. DESCRIPCION						

Según Yánes Quirola, 2000, Las Alfombras Guaneñas tienen sus antecedentes coloniales en el obraje de San Fernando, situado en Guano, los indígenas bajo la supervisión de maestros españoles, no solo tejían mantas, bayetas, frazadas, y paños de lana, sino también pequeñas alfombras rodapié. Las mujeres se encargaban de lavar, secar la lana e hilarla haciendo madejas, mientras que los hombres utilizando tinturas de origen español, teñían el material en pailas de azófar. El hilo teñido pasaba a manos de los maestros tejedores los cuales, con la ayuda de jóvenes aprendices, trabajaban en grandes telares.

Para Villaroel, 1985 es en el siglo XX, con la instalación de un sin número de talleres artesanales en los alrededores de Guano, que el tejido de alfombras de lana adquiere importancia significativa. Hasta la década de 1990, el movimiento comercial alrededor de esta artesanía era sumamente prospero; los talleres “no se daban abasto con la producción de alfombras las cuales eran adquiridas por turistas nacionales y extranjeros. Muchos artesanos además, “se dedicaron a diversificar la producción con nuevos diseños para gusto del cliente, los cuales hacía pedidos incluso desde el extranjero... La bonanza era total, todos los días había trabajo. En los últimos años lamentablemente, los artesanos han experimentado una profunda crisis. La escasa competitividad de las alfombras provocada por el incremento exorbitante del precio de los insumos a raíz de la dolarización, ha llevado a que muchos de los talleres artesanales cierren sus puertas a la espera de incentivos por parte del gobierno. “Los turistas ya no compran como antes, las alfombras están amontonadas” nos comentan el informante.

Hoy en día, “para no perder la costumbre”, son contados los artesanos que se dedican al tejido de alfombras. Por lo general adquieren la lana de oveja en el mercado de Guamote para, posteriormente, proceder a desengrasarla en calderos grandes, utilizando detergente; y a lavarla en vertientes naturales de agua, colocando el material sobre una canasta de cabuya que sirve como “cernidero” para evitar que esta resbale. Una vez lavada, la lana se tiende al sol hasta que se seque y se la coloca posteriormente en un cordel para proceder al hilado y a la clasificación de los hilos: los más blancos que serán utilizados “al natural”, y los más oscuros, que serán teñidos con colorantes químicos.

Con el material procesado se inicia de las alfombras, utilizando telares de madera los mismos que son elaborados en carrizo y madera al igual que lo fueron los utilizados en la época colonial, muchos de los telares tienen más de 100 años de antigüedad en ellos se coloca la lana de borrego o de alpaca en donde se templan los hilos (trama) para trabajar de acuerdo al diseño ideados por el propio artesano o imitado de revistas, generalmente existen diversos motivos como precolombinos, nativos, modernos e incluso réplicas de pinturas famosas e incluso de alfombras orientales. La particularidad de estas alfombras está en la cantidad de nudos que contienen por metro cuadrado siendo usual la cifra de 40.000 nudos en las alfombras finas y especiales pueden alcanzar los 62.500 nudos de esto también depende el precio; dicho dibujo se colocan en la parte superior del telar para que el artesano identifique el tipo de tejido que está realizando. En este proceso, se emplean solamente las manos, un pequeño aparato para ir cortando las hebras y un golpeador de madera, especie de trinche compuesto por dientes que es utilizado para asentar cada hebra de lana, ajustándose a medida que sale el tejido.

Finalmente se procede a la elaboración de los acabados en una maquina cortadora que permitirá extraer los hilos que quedan en los extremos de la alfombra. La elaboración de una

alfombra grande de 12 metros cuadrados, toma por lo menos un mes de tiempo, la más pequeña de 4 metros alrededor de una semana.

Por lo general, el lavado de la lana se encargan las mujeres de la localidad. Sus hijos, niños y adolescentes, se encargan de hilar el material para venderlo en los talleres de tejido se utilizan en caso de tener telares propios. En el tejido intervienen por lo menos dos miembros de la familia y, en ocasiones cuando las condiciones económicas lo permiten, trabajadores contratados sea con sueldo fijo o mediante pago por obras.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Todos los días del año se pueden encontrar las muestras artesanales que en esta localidad exhiben los artesanos en sus tiendas o talleres.
Continua	X	
Ocasional		
Otro		

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Alfredo, Allauca	45 años	Gerente propietario	Dr Agustin Davalos y Los Tejedore	Guano
	Segundo, Colcha	69 años	Gerente propietario	Av 20 de Diciembre	Guano
	Gerardo, Alarcon	60 años	Gerente propietario	Barrio la Dolorosa	Guano
Instituciones	Asociacion de Artesanos de Guano	10 años	n/a	Av. 20 de Diciembre Y León Hidalgo	Guano

5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

Es de vital importancia para la comunidad ya que gracias a la calidad del trabajo artesanal esta localidad ha recibido el reconocimiento de capital artesanal del Ecuador.

6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO

Alta		Debido a la introducción desde 1990 de productos extranjeros se ha reducido significativamente la venta debido a que las alfombras sintéticas son mucho más baratas y esto se ha convertido en una competencia desleal. Además por la poca rentabilidad del negocio, la transmisión de conocimientos de padres a hijos se está perdiendo, al punto que en la actualidad los jóvenes han perdido completamente el interés de aprender esta actividad.
Media	X	
Baja		
Manifestaciones vigentes		
Manifestaciones vigentes prioritarias		
Manifestaciones de la memoria		

7. INTERLOCUTOR (ES)

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Allauca, Alfredo	Dr Agustin Davalos y Los Tejedores	n/d	45	Masculino
Colcha, Segundo	Av 20 de Diciembre	2901852	69	Masculino
Alarcon, Gerardo	Barrio la Dolorosa	2900730	60	Masculino
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
Tratamiento de la fibra animal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Sabiduría ecológica tradicional	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales	
9. ANEXOS				
Fotografías	Videos	Audio	Texto	
IM-06-07-50-000-11-000001_1.jpg IM-06-07-50-000-11-000001_2.jpg IM-06-07-50-000-11-000001_3.jpg				
10. OBSERVACIONES				
n/a				
11. DATOS DE CONTROL				
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11	
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo			
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:				
12. ANEXO FOTOGRÁFICO				
				
IM-06-07-50-000-11-000001_2.jpg		IM-06-07-50-000-11-000001_3.jpg		

2) Colchas de toros Alausí

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				 <small>Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador</small>	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Alausí	Parroquia	Alausí
Localidad	Parque central			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 744405 Y: (Sur) 9761967			Altitud: 3000
13. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestiza			Lengua	ESPAÑOL
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales			Detalle del subámbito	TEXTILERIA
Denominación: colchas de toros-Alausí, Chimborazo					
14. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
				Descripción fotografía IM-06-02-50-000-08-000002_1.jpg	
15. DESCRIPCIÓN					
<p>En el cantón Alausí de la provincia de Chimborazo, se organizan las tardes taurinas en homenaje a San Pedro de Alausí, durante el mes de junio. Las corridas de toros adquieren un matiz particular por el conjunto de símbolos presentes en la plaza. Uno de estos símbolos es la colcha que cubre al animal, prenda artesanal que debe ofrendar el sacerdote o, en su defecto, un amigo o familiar “donante” como expresión de reciprocidad ante los favores recibidos por la imagen religiosa.</p> <p>De acuerdo al testimonio de las bordadoras el pedido de las colchas se lo hace a veces con un año de anticipación. Cada colcha consta de dos piezas principales: el fondo, siempre cuadrado y el centro donde se colocan los motivos solicitados por los clientes.</p>					

El Diseño surge de la iniciativa de las artesanas que han aprendido este arte ya sea en institutos especializados o por tradición heredada. Por lo general cada vez que elaboran un diseño nuevo lo registran fotográficamente para registrarlo a su catalogo y mostrarlo a los clientes. Para la fabricación de esta prenda, dibujan en papel el motivo que adornará la colcha, lo reproducen en tela espejo, gamuza o terciopelo, que ha sido previamente cortada en diámetros de 90x90 cm., y proceden a bordarla con hilo de seda de varios colores, utilizando máquinas de coser especiales. En cada colcha además escriben los nombres de la persona donante, la fecha y lugar de la corrida.

Luego del bordado, las artesanas recortan otro pedazo de tela a fin de coser sus bordes junto con los de la tela anterior, utilizando, además, la cantidad suficiente de pelón que le da la apariencia de colcha. Alrededor de los fillos, finalmente, añaden flecos de greca o algodón para el acabado final.

Además de las colchas las artesanas suelen fabricar las rosetas que cubren la cabeza del toro el momento de las corridas, así como mantas de imágenes religiosas, pabellones para fiestas cívicas y piezas del vestuario de los sacerdotes

La característica específica de los juegos de toros en Alausí es que el primer toro de la tarde, lleva en su lomo una colcha bordada y pintada a mano que será el trofeo para quien logre su mejor lance con capotes, pañuelos, sombreros o camisas. Esta colcha es donada por un prioste cuyo prestigio social se mide en la belleza y calidad de la colcha que lleve el toro.

El juego consiste en que los toreros improvisados, toman al toro por el rabo y los cuernos. El animal eufórico, enviste acosado por una cuadrilla de estos. También es relevante tomar en cuenta que los toreros buscan el peligro con la finalidad de enamorar a las damas, especialmente a la de su gusto. (Naranjo 2004)

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Las cochas de toros por lo general son elaboradas según pedido y por lo general son usadas en las corridas de toros que tiene lugar en las fiestas del San Pedro y San Pablo patrono de Alausí o en las fiestas de los pueblos cercanos a la zona.
Continua		
Ocasional	X	
Otro		

16. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Yamuca, Lesly	13 Años	Artesana	Barrio el Calvario	Alausí
Instituciones	INPC (ABACO Ficha M-06-02-50-000-08-002479)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
Colectividades					

17. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

En el contexto de las corridas de toros, en Alausí, las colchas son símbolos de prestigio, pertenencia social y familiar del donante. La colcha también la puede ofrecer un amigo del donante " como expresión de reciprocidad ante los favores recibidos por la imagen religiosa". (Naranjo 183: 2004)

18. SENSIBILIDAD AL CAMBIO

Alta		La vigencia y la importancia de las colchas, como medio de
------	--	--

Media		reconocimiento social en el medio, es relevante para la comunidad, por lo que esta tradición aun se mantiene en auge en especial en esta zona del país		
Baja	X			
Manifestaciones vigentes				
Manifestaciones vigentes prioritarias				
Manifestaciones de la memoria				
19. INTERLOCUTOR (ES)				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
YAMUCA, LESLY	BARRIO EL CALVARIO	N/D	31	FEMENINO
20. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
Fiestas de San Pero de Alausí	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas o ceremonias religiosas	
21. ANEXOS				
Fotografías	Videos	Audio	Texto	
IM-06-02-50-000-08-000002_1.jpg IM-06-02-50-000-08-000002_2.jpg				
22. OBSERVACIONES				
No se tomó la foto al informante, por pedido de la misma. La entrevista y el punto GPS se realizó en la oficina de la informante				
23. DATOS DE CONTROL				
Registrado por:	OÑATE, FERNANDA	Fecha de Registro:	20/11/11	
Entidad Investigadora:	ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO			
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:				
24. ANEXO FOTOGRAFICO				
				
IM-06-02-50-000-08-000002_2.jpg				

3) Shigras – Cola de Ratón

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
BIENES INMATERIALES				CODIGO	
				IM-06-02-50-000-08-000003	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Alausí	Parroquia	Achupallas
Localidad	Shumid Cochaloma			Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 744405 Y: (Sur) 9761967		Altitud: 3000
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad				Lengua	ESPAÑOL
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	OTROS	
Denominación: Shigras- cola de ratón, chimborazo					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
			Descripción fotografía IM-06-02-50-000-08-000003_1.JPG		
3. DESCRIPCION					
<p>En la parroquia de Achupallas específicamente en la comunidad de Shumid Cochaloma una agrupación de aproximadamente 25 mujeres se han unido para fabricar estos bolsos que son vendidos en las 2 tiendas artesanales del municipio de Alausí. Esta iniciativa es llevada a cabo con el propósito de ayudar a las mujeres de la localidad a tener una fuente extra de ingresos que contribuya con algo a los gastos del hogar y es una labor complementaria a sus faenas diaria.</p> <p>La cola de rata es un material completamente sintético, hasta casi se podría decir que es plástico por lo que le hace un material muy agradable para hacer carteras, pues siempre quedan muy duritas y bien formadas. Además de esto, también es un material artesanal, dándole a las carteras un toque de autenticidad. Una de las ventajas de este material es que al aplicarle fuego se derrite permitiendo ocultar más fácil los pedacitos que quedan al final e inicio de cada tejido.</p> <p>Como este material es grueso, se usa siempre un crochet grueso y cómodo para tejer, eso facilita y evita los dolores musculares luego de algunas horas tejiéndolo.</p> <p>Después de terminar la cartera, siempre se forra el interior con tela, esto hace que se cuide el interior de la misma, para que el tejido no se enganche con nada y dure más tiempo.</p>					

Para la fabricación de una cartera se usa:

- 5 madejas de cola de rata,.
- Una base de cartera.
- Un crochet grueso.
- Tela para forrar el interior.
- Adornos extras de acuerdo al modelo que se vaya a realizar como argollas, cierre botones etc. (Perez, Patricia, conocimientos adquiridos)

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		Las mujeres que se dedican a la realización de estas shigras lo hacen en su tiempo libre y acorde a la disponibilidad de la materia prima.			
Continua					
Ocasional					
Otro	X				
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Patricia Pérez 20 AÑOS	1 año	Promotora de artesanías Turísticas	5 de Junio y 9 de Octubre	Alausí
Instituciones	GAD ALAUSÍ	187 Años	N/A	Av. 5 de junio y Ricaurte	Alausí
Colectividades					
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Gracias a esta práctica las familias que se dedican a la misma reciben ingresos extras con los que se ayudan en los gastos de la casa mejorando un poco su situación económica.					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Al ser una técnica moderna de tejido la sensibilidad al cambio es muy baja.			
Media					
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
PEREZ, PATRICIA	5 de Junio y 9 de Octubre	2930372-307	20	FEMENINO	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Accesorios de la vestimenta moderna	Usos sociales, rituales y actos festivos	Uso social de la vestimenta	Vestimenta cotidiana		

9. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-06-02-50-000-08-002484_1.JPG IM-06-02-50-000-08-002484_2.JPG IM-06-02-50-000-08-002484_3.JPG			
10. OBSERVACIONES			
11. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	23/10/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-06-02-50-000-08-000003_2.JPG		IM-06-02-50-000-08-000003_3.JPG	

4) Tallado en Madera, Alausí

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL		CODIGO	
BIENES INMATERIALES		IM-06-02-50-000-11-000004	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	Chimborazo	Cantón	Alausí
		Parroquia	Alausí
Localidad	Centro	<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 739629 Y: (Sur) 9756460	Altitud: 2364
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Comunidad	Mestiza	Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales		
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	Ebanistería

Denominación: Elaboración de artículos en madera -Alausí, Chimborazo	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL	
	Descripción fotografía IM-06-02-50-000-08-000004_1.JPG
3. DESCRIPCIÓN	
<p>Primeramente se elaboran bocetos y dibujos en papel de la obra que va a tallar, luego estos se calcan sobre la madera y empieza el trabajo de talado, luego el lijado, pulido y curado de la madera para evitar la polilla, finalmente se laca o pinta en policromía con lo que la pieza queda lista para la venta. Todo este proceso demora entre una semana y un mes dependiendo del tamaño de la pieza.</p> <p>Las artesanías que se elaboran son principalmente, porta papeles, porta servilletas, replicas de animales de la zona como patos, pájaros, colibríes, utensilios de cocina, casas a escala entre otros los diseños salen de la imaginativa de los talladores así como también de diseños de revistas o de las personas que solicitan el pedido.</p> <p>También se dedican a la construcción de los coches de madera, que es considerada una actividad tradicional en la que participan principalmente jóvenes y niños, ayudados de sus padres. La finalidad de la construcción de los coches, es participar en las carreras que se llevan a cabo durante las festividades del cantón Alausí, en la provincia de Chimborazo.</p> <p>Lo más importante para la construcción de los coches es la calidad del material. Por ello es primordial conseguir una adecuada madera, que sea resistente, como la madera del capulí y la sangre de drago, que se trae de la costa.</p> <p>A serrucho se corta la madera y se le da forma de círculo para el caso de las ruedas, y se debe buscar los cauchos de las llantas. Al caucho se les corta en tiras y con estas se le forra en las llantas para que no se partan en el trajinar. Para el coche son necesarias tres ruedas: dos atrás una adelante. Además una tabla de aproximadamente un metro que sirva de base y asiento; un palo que salga de la primera rueda que sirve como timón; un pasador de hierro que sujeta las ruedas y pernos para asegurar las partes indicadas. (Silva, C Experiencia personal).</p>	
Fecha o periodo del evento	Detalle de la Periodicidad
Anual	Esta labor es realizada ocasionalmente por el artesano en su tiempo libre como complemento a sus actividades diarias como carpintero ya que la labor del tallado de estas piezas es manual y toma mucho tiempo dar el terminado final trabajo que es poco apreciado ya que la gran mayoría de personas no están dispuestas a pagar
Continua	
Ocasional	

Otro	el precio de los diferentes objetos.				
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Silva, Cesar	55 años	Artesano	Alausí	Alausí
Instituciones	INPC (Abaco M-06-02-50-000-08-002492)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
Colectividades					
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
La fabricación de artesanías de madera es una actividad poco importante para la comunidad a tal punto que los mismos fabricantes no se dedican al 100% a la misma ya que no tienen un mercado al cual vender sus productos pero hay que tomar en cuenta que la fabricación de artesanías en madera es prácticamente nueva en este sector, quizá con los años y con el incremento de turistas en la zona el mercado de souvenirs se incrementa y por ende incrementa la producción de estos artículos.					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		A pesar de que la fabricación de artesanías de madera sea una actividad prácticamente nueva por la falta de mercado objetivo para la venta esta corre el peligro de perderse en la zona. Sin embargo la fabricación de coches de madera es una actividad tradicional de la zona que no se encuentra en peligro de perderse por el momento.			
Media	X				
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Silva, Cesar	Barrio del tren Alausí	n/d	64	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Elaboración de coches de madera	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas constructivas tradicionales	N/A		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-06-02-50-000-08-000004_1.JPG IM-06-02-50-000-08-000004_2.JPG IM-06-02-50-000-08-000004_3.JPG					
10. OBSERVACIONES					
n/a					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	23/10/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		

Registro fotográfico:	12. ANEXO FOTOGRÁFICO	
		
IM-06-02-50-000-08-000004_2.JPG	IM-06-02-50-000-08-000004_3.JPG	

5) Talabartería - Alausí, Chimborazo

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
BIENES INMATERIALES					
				CODIGO	
				IM-06-02-50-000-08-000005	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Alausí	Parroquia	Alausí
Localidad	Centro		<input checked="" type="checkbox"/> Urbana		<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 739863 Y: (Norte) 9756700			Altitud: 2370
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestiza			Lengua	ESPAÑOL
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Talabartería	
Denominación: Talabartería-Alausi, Chimborazo					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					

**Descripción fotografía**

IM-06-02-50-000-08-000005_1.JPG

3. DESCRIPCIÓN

En el cantón Alausí, la mayoría de su gente se dedica a la agricultura y la ganadería. La mayor parte de la producción ganadera ha sido destinada a la producción de alimentos como queso y carne. Sin embargo, una minoría de pobladores, se dedican a rescatar el cuero del ganado y lo convierten en hermosas piezas que sirven principalmente para la venta en los centros artesanales turísticos.

El relato de un talabartero de la región, da cuenta del proceso de trabajo con el cuero: "Este trabajo nuestro consiste en hacer artículos en cuero, monturas, carteras, correas y muchas cosas más, todo esto solo en cuero es muy demoroso y se trabaja solo cuando hay por obra o sino para vender. Cada uno de los artículos que se confecciona requiere de diferentes técnicas artesanales que van desde el señalar con moldes el cuero, cortar, unir las piezas con pegas o cosidos y por último dar los acabados. Los colores preferidos son los cafés tradicionales, y los cafés y rojizos fuertes: En el caso de los zamarros se mezclan los tres colores, cada uno de estos se demora de tres a cuatro días, se hace con moldes como para un pantalón, hay que trazar, cortar en figuras y luego a unir las piezas. Antes se lo hacía a mano hoy la máquina, nos ayuda a sacar las piezas más rápido, para terminar se coloca broches, adornos, sellos y está listo. Los productos también tienen otros complementos que deben ser incorporados como hebillas de hierro, y soportes de metal. Algunos diseños de las formas son pedidos por los propios clientes. En el caso de la elaboración de monturas se elabora solo a mano, hay que hacer o comprar un armazón de madera o "alma" de la montura, así como los aderezos de metal para su ornamentación. Al armazón lo forran con cuero crudo de ganado, cosiendo sus bordes para lograr una mayor firmeza. Luego utilizando pegamento, adhieren al material pequeños pedazos de tela, así como pelo humano "a fin de evitar que se rompa la montura". Finalmente, colocan una nueva capa de cuero, esta vez procesado, para iniciar así los acabados. Para elaborar los dibujos y figuras que hacemos nosotros mismos, lo moldeamos a golpes con unos fierros que tienen figuras para monturas. Se utiliza herramientas como hilo para coser, pintura, remaches, pegas etc. Además de la montura, los talabarteros se encargan de fabricar el "vasto" almohada forrada con cuero que va debajo de la montura; el "pellón" que se coloca sobre esta; y los "zamarros". Utilizan para ello maquinas de coser, cuchillos, cinceles, limas, tenazas, cepillos, escuadras, compás, etc.

La sencillez del proceso mismo de elaboración de las monturas no demanda que se monten talleres especializados. Se trata de negocios familiares que se han instalado para "continuar la tradición de los padres". Los hombres son por lo general los especialistas en el proceso productivo, solicitando ocasionalmente la colaboración de las mujeres para las tareas de costura. (CIDAP, La cultura popular del Ecuador Tomo X Chimborazo, 2004)

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		La elaboración de monturas aún es buen negocio en esta zona, porque aquí hay haciendas con mucho ganado bravo, y sobre todo caballos. Por lo que la
Continua	X	

Ocasional		talabartería es una actividad que es practicada continuamente en la zona.			
Otro					
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Cama, Angel	10 años	Artesano	Pedro de Loza entre Villalva Y Bolívar	Alausí
Instituciones	INPC (Ficha M-06-02- 50-000-08-002518)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Para la comunidad es importante porque se crean empleos y se produce artículos en cuero que son una tradición en la zona, dada la concentración de propiedades en el cantón y sus alrededores, donde el caballo es utilizado como medio de transporte indispensable para las faenas agrícolas, e incluso como animal de raza.					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Existe interés entre los jóvenes en aprender el oficio, y continuamente llegan nuevos aprendices a tratar de aprender el oficio, según se informa. También es una tradición bien arraigada, por lo que el bien no se encuentra en peligro.			
Media					
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Cama, Angel	Pedro De Loza Entre Villalva Y Bolívar	n/a	31	Maculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Vestimenta tradicional	Usos sociales, rituales y actos festivos	Uso social de la vestimenta	Vestimenta Festiva		
Uso del Cuero	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Sabiduría ecológica tradicional	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-06-02-50-000-08-000005_1.JPG IM-06-02-50-000-08-000005_2.JPG IM-06-02-50-000-08-000005_3.JPG					
10. OBSERVACIONES					

Si bien no se pudo profundizar más sobre las técnicas artesanales particulares, la información recogida sobre las prácticas de talabartería tradicional permite conocer la buena recepción de este bien en la zona. La primera foto se puede observar al informante con un aprendiz mientras laboran, las otras dos fotos son sobre varios productos realizados en el taller del informante y artesano. El punto GPS se tomo en el taller del entrevistado.

11. DATOS DE CONTROL

Registrado por:	OÑATE, FERNANDA	Fecha de Registro:	7/10/11
Entidad Investigadora:	ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			

12. ANEXO FOTOGRÁFICO



IM-06-02-50-000-08-000005_2.JPG



IM-06-02-50-000-08-000005_3.JPG

6) Artesanía textil, Tixán-Chimborazo.

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-06-02-60-000-11-000006	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Alausí	Parroquia	Tixán
Localidad	Tixán			X Urbana	Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 744311 Y: (Sur) 9761942		Altitud: 2927	
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	PURUHÁ			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Textilería	
Denominación: Artesanía textil – Tixan, Chimborazo					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					

	Descripción fotografía IM-06-02-50-000-08-000006_1.JPG
---	--

3. DESCRIPCION

La artesanía textil, en la zona del Chimborazo tiene antecedentes prehispánicos. En la época de la conquista española, se levantaron los llamados obrajes y se llevaron a estos territorios, gran cantidad de merinos españoles. Desde ese tiempo, gran parte de la población se ha dedicado a la fabricación de prendas textiles que plasman las vivencias, el mundo de los indígenas hechos con lana de borrego. En la parroquia de Tixán, cantón Alausí, se elaboran distintos tejidos, entre los que se encuentran:

Ponchos: el tejido de los ponchos de lana está formado por dos callos, que después se cosen dejando una abertura para la cabeza. La razón de hacerlo en dos partes tiene que ver con el ancho de los telares, que no permiten tejerlo como una sola pieza.

Bayetas: El tejido de las bayetas (son prendas que usan las mujeres indígenas, las usan para cargar a los niños en la espalda) tejido suelto en telar de pedales.

Polleras: El tejido y bordado de las polleras (prenda de vestir de las mujeres indígenas, debajo del anaco). Las faldas se elaboran con el mismo tejido suelto de la bayeta. El extremo inferior va bordado a máquina con diseño de hojas y flores, en la cintura hay una franja de diversos colores llamada saya huato, con materiales propios de la comunidad y con instrumentos elaborados por ellos mismos.

Instrumentos para el tejido: la madera es uno de los elementos principales que usan para poder realizar los tejidos.

Los principales colores que usan son el rojo, el verde, el morado, y el blanco. Indumentaria emblemática de la población indígena.

Hoy en día esta actividad se está viniendo a menos puesto que ya no se cuenta con el material para la fabricación de los tejidos, de preferencia los indígenas compran ropa sintética acabada, cuya oferta en el mercado ha ido en aumento. (CIDAP, La cultura popular del Ecuador Tomo X Chimborazo, 2004)

Fecha o periodo del evento	Detalle de la Periodicidad	
Anual		La mayor parte de prendas son elaboradas usualmente bajo previo pedido, pero los artesanos a veces tienen bajo stock ciertas prendas elaboradas sin previo pedido.
Continua		
Ocasional		
Otro	X	

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/	Cargo,	Dirección	Localidad
------	--------	-------	--------	-----------	-----------

		Tiempo de actividad	función o Actividad		
Individuos	Naula, Manuel	40 años	Artesano	Pueblo viejo	Tixán
Instituciones	Inpc (ficha m-06-02 - 60-000-08-002559)	33 años	n/a	5 de junio y Primera constituyente	Riobamba
Colectividades	Comunidad de pueblo viejo	n/d	n/d	Tixán	Tixán

5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

La confección y venta de tejidos, es una actividad importante para varias familias pues sirve como elemento para plasmar el imaginario social de la población y sirve para abastecer al pueblo de prendas de vestir, sobre todo a la población indígena".

6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO

Alta		Los tejidos son elementos cargados de significaciones, creencias y simbolismos. El trabajo de textilería en la población de Tixán es vigente, aunque por el alto costo del material de confección, la producción textil se ha venido a la baja. Además se ha popularizado el uso de prendas occidentales y se está cambiando la vestimenta tradicional indígena. Según el testimonio del entrevistado: "A pesar de que la gente necesita y usa las prendas, actualmente muchas personas salen a comprar en Riobamba".
Media	X	
Baja		
Manifestaciones vigentes		
Manifestaciones vigentes prioritarias		
Manifestaciones de la memoria		

7. INTERLOCUTOR (ES)

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Naula, Manuel	Pueblo Viejo	n/a	48	Maculino

8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
Tratamiento de la fibra animal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Sabiduría ecológica tradicional	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales
Uso diario de vestimenta tradicional	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	Indumentaria cotidiana
Utilización de vestimenta tradicional en actos festivos	Usos sociales, rituales y actos festivos	Uso social de la vestimenta	Vestimenta festiva

9. ANEXOS

Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-06-02-50-000-08-000006_1.JPG IM-06-02-50-000-08-000006_2.JPG			

10. OBSERVACIONES

La georeferencia fue tomada en la junta parroquial, sitio en el que se realizó la entrevista.

11. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	23/09/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-06-02-50-000-08-000006_2.JPG			

7) Artesanías de la comunidad de Nisag

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL		CODIGO	
BIENES INMATERIALES		IM-06-02-50-000-11-000007	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	Chimborazo	Cantón	Alausí
Parroquia	La matriz		
Localidad	Nisag	<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 739375 Y: (Norte) 9756411	Altitud: 2364
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Comunidad	Puruhá	Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales		
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	OTROS
Denominación: Artesanías de la comunidad de Nisag			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			



Descripción fotografía
IM-06-02-50-000-11-000007_1.jpg

3. DESCRIPCIÓN

La tradición de la elaboración de las diferentes artesanías que las mujeres de la comunidad realizan en la actualidad viene desde mucho antes de la llegada de los españoles a pesar que con los obrajes se tecnificó un poco más las técnicas que los antepasados usaban para la elaboración de sus prendas. En la actualidad las mujeres de este pueblo se siguen dedicando a esta actividad milenaria a pesar que se ha variado un poco con respecto a colores y modelos con el fin hacer sus productos más atrayentes para los turistas. Las principales artesanías que se fabrican en la comunidad son los bolsos o shigras las mismas que son elaborados en el tiempo libre de las mujeres de la comunidad (mientras pastan los animales, en las reuniones, cuando caminan etc.)

Para la elaboración de las shigras primero se obtiene las hojas maduras de la cabuya negra o blanca cortándolas desde la base, posteriormente se extrae las espinas y se procede a golpearlas hasta que quede completamente en fibras para posteriormente ser colocadas en agua hasta que se pudran esto toma entre 4 a 5 días. Transcurrido este tiempo se procede a lavar y secar las fibras para eliminar la savia restante de las mismas obteniendo así la fibra natural de cabuya la misma que puede ser teñida con colorantes naturales o artificiales, en la actualidad se utiliza solamente colorantes artificiales ya que es más fácil y rápido. Para teñir con anilina se procede a hervir las fibras anteriormente obtenidas en una olla con la anilina en un lapso de por lo menos 2 horas agregando limón y sal para evitar que estas fibras se destiñan. Para finalizar se procede a secar y blanquear en el sol con esto ya las fibras están listas para ser trabajadas con la ayuda de agujones y las hábiles manos de las mujeres de esta comunidad.

Proceso de Tejido de las Shigras:

1. Se teje la Base de la Shigra Se empieza a tejer con hilo de 2 hebras, se hace una puntada derecha y otra izquierda, y se va aumentando mas puntadas al contorno hasta dar forma de círculo, las puntadas se van aumentando de acuerdo al tamaño que se vaya a tejer la shigra.

2. Se teje la altura de la Shigra Una vez terminado la base se empieza a tejer el alto siguiendo el mismo procedimiento de tejido, con una puntada de izquierda y una derecha y así sucesivamente hasta el alto que uno se desee. Al tejer la altura se aumenta más hilos puede ser de 4-5 hebras de hilo esto se realiza con el objetivo que el diseño de la figura que se va a tejer sea de otro color. La medida que se utiliza para medir la altitud y el ancho de las Shigras es las cuartas

Hay shigras de toda medida desde 5cm hasta 60cm de alto las mismas que en la actualidad son elaboradas por 25 familias que pertenecen a las comunidades de Nizag bajo y Nisag centro. (CIDAP, La cultura popular del Ecuador Tomo X Chimborazo, 2004)

**Fecha o periodo
del evento**

Detalle de la Periodicidad

Anual		Las mujeres de la comunidad se dedican al tejido en el tiempo libre, combinando esta actividad con sus labores diarias o intercalándolas con otras actividades.			
Continua					
Ocasional					
Otro	X				
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Patricia Pérez	20 años / 2 años de actividad	Promotor de artesanías turísticas	Av. 5 de junio y Ricaurte	Alausí
Instituciones	ITUR		N/A	Av. 5 de junio y Ricaurte	Alausí
Colectividades					
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
<p>Tejer shigras para las mujeres de la comunidad tiene tres componentes principales:</p> <p>a) La puesta en práctica y la tangibilización en símbolos, del imaginario social;</p> <p>b) El valor del reconocimiento en la elaboración de las técnicas del tejido, y</p> <p>c) El valor social del rol de la tejedora.</p> <p>Este último punto dado por el valor que le da la comunidad a las técnicas que las mujeres ponen en práctica.</p>					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Con la organización de la comunidad para trabajar y mejorar su calidad de vida a través del Turismo Comunitario la actividad artesanal de la zona está siendo rescatada ya que hoy en día el trabajo artesanal está siendo valorado más que en años pasados.			
Media	X				
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Pérez Patricia	Av. 5 de junio y Ricaurte	2930372-307	20 años	Femenino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Tratamiento de la fibra vegetal.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Sabiduría ecológica tradicional	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-06-02-50-000-11-000007_1.jpg IM-06-02-50-000-11-000007_2.jpg IM-06-02-50-000-11-000007_3.jpg					
10. OBSERVACIONES					

A pesar que las artesanías son elaboradas en la comunidad de Nizag el contacto para llenar la presente ficha se lo encontró en Alausí la misma que es la promotora de las artesanías turísticas del cantón, el punto GPS fue tomado en la tienda artesanal que maneja el municipio.

11. DATOS DE CONTROL

Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	06/10/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			

12. ANEXO FOTOGRÁFICO



IM-06-02-50-000-11-000007_2.jpg



IM-06-02-50-000-11-000007_3.jpg

8) Fajas y Bisutería - Licto – Chimborazo

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
BIENES INMATERIALES				CODIGO	
				IM-06-01-56-000-11-000008	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba	Parroquia	Licto
Localidad	Molobo			Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 766400 Y: (Norte) 9804241		Altitud: 2862
13. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito		Indumentaria cotidiana	
Denominación: Fajas y bisutería - Licto – Chimborazo					

14. FOTOGRAFIA REFERENCIAL



Descripción fotografía

IM-06-01-56-000-11-000008_1.JPG

15. DESCRIPCION

Las fajas y la bisutería constituyen uno de los emblemas significativos de las diferentes nacionalidades y pueblos indígenas de la región sierra del país.

Las fajas antiguamente se elaboraban en lana de borrego, luego de un largo proceso de tratamiento del material que involucraba: el lavado de la lana, el escarmenado de los hilos, el teñido en pailas mediante el uso de tintes naturales como el tocte y el hilado. Este mismo proceso se sigue con el uso de diferentes colorantes para obtener los colores más usados en las fajas como son fucsia, morado, azul, turquesa, amarillo, rojo, etc. Este proceso estaba en manos de hombres y mujeres mientras que del tejido en sí lo efectuaban sólo mujeres, con la ayuda de sus hijos varones, en pequeños telares de cintura situados en la vera de sus casas. Cabe destacar que en la cultura indígena de la zona acostumbra identificar 3 tipos diferentes de fajas, las “cuscu chumbi” para días ordinarios, las “cahuiña” para eventos festivos; y las “mama chumbi” para fajar a las personas cuando tienen problemas de la columna. (Arrieta, 1984)

El proceso de tejido de las fajas se lo realiza mediante el uso de palitos, a modo de diminuto telar, formando una especie de nudos que les permita, con la ayuda de un pasador, diseñar diversas figuras hasta completar el tamaño de la prenda.

En la actualidad nuestra informante nos cuenta que ella adquiere la materia prima ya hilada en los mercados de la zona ya que no dispone de lana suficiente con sus 2 únicas ovejas además de ser un trabajo muy laborioso la obtención de la materia prima, siendo muy rara vez al año que ella se ponga a tratar la lana que obtiene de sus pocos borregos con los que cuenta. Además la compra de lana cruda les resulta más cara que la adquisición de fajas sintéticas acabadas. Lo que ha encarecido su producto pero aun existe personas que saben apreciar las fajas tradicionales por su alta durabilidad sobre las sintéticas.

De igual manera la informante nos cuenta que ella aprendió de su difunto esposo el arte de tejer las fajas el mismo que aprendió de sus ancestros, por desgracia este arte va a morir con ella ya que ninguno de los hijos se ha interesado en aprenderlo.

Los collares que también realiza la informante los realiza con la ayuda de hilo, mullos, agujas de mullos y material para collar comprado en la ciudad los diferentes diseños que ella realiza son los tradicionales de la zona y uno que otro provenientes de su ingenio, por lo general los collares los realiza bajo pedido de sus clientas fijas o nuevas son muy pocos los modelos que ella tiene de muestra. (Quishpe, C. Conocimientos y experiencia diaria)

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		La actividad artesanal es realiza en su tiempo libre.			
Continua					
Ocasional	X				
Otro					
16. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Catalina, Quishpe	53 años / Desde septiembre del 82	Artesano Independiente	Escuela Casique Pintag Molobo	Molobo
Instituciones					
17. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Esta actividad no es importante para la comunidad de Licto ya que los artículos artesanales no son apreciados por la población quienes prefieren comprar los mismos artículos que la artesana fabrica en los mercados de Riobamba a menor precio pero de más baja calidad, de igual manera esta manifestación no tiene mayor implicación en la economía de la zona.					
18. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta	X	Aparentemente este bien no está en vigencia, puesto que el consumo dentro de la comunidad ha bajado y tampoco las nuevas generaciones están interesadas en aprender el arte de la elaboración de fajas y bisutería, según lo indica el testimonio de la entrevistada.			
Media					
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
19. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Quishpe Catalina	Escuela Casique Pintag - Molobo	099162756	53	Femenino	
20. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Tratamiento de la fibra vegetal.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Sabiduría ecológica tradicional	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales		
21. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-06-01-56-000-11-000008_1.JPG IM-06-01-56-000-11-000008_2.JPG IM-06-01-56-000-11-000008_3.JPG					
22. OBSERVACIONES					

La entrevistada es más conocida como señora Rosario a pesar que este no es su nombre oficial.			
23. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	12/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
24. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-06-01-56-000-11-000008_2.JPG		IM-06-01-56-000-11-000008_3.JPG	

9) Colchas taurinas - Guamote, Chimborazo

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
BIENES INMATERIALES				CODIGO	
				IM-06-06-50-000-08-000009	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Guamote	Parroquia	Guamote
Localidad	Barrio las palomas			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 755435 Y: (Norte) 9786041		Altitud: 3087
25. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales			Detalle del subámbito	OTROS
Denominación: Colchas taurinas - zGuamote, Chimborazo					
26. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					

**Descripción fotografía**

IM-06-06-50-000-08-000009_1.jpg.

27. DESCRIPCION

La elaboración de colchas taurinas es una tradición muy arraigada en el sector andino, ya que se usa en toda corrida de toros de las fiestas religiosas o populares, para adornar al toro que sale. Don Mauro Alulema nos cuenta de su fabricación: "Comenzamos comprando la tela, puede ser tela espejo, gamuza o chiflón, se le borda a máquina, se le pega los apliques del toro y del torero, va lleno de lentejuelas, grecas flecos y todos los adornos como borlas, regatones, según la clase de colcha que quieran, el tamaño de la colcha es siempre el mismo, luego se acolchona con esponja y luego se le cose el forro de tela carola, el bordado depende de la fiesta religiosa, se puede hacer con imágenes religiosas o con imágenes evangélicas que acompañan las imágenes taurinas, a veces van en cartón o bordadas las imágenes el toro y el torero son bordados y cocidas (estas imágenes se bordan en otra tela y se cosen como apliques sobre la colcha), todo va cocido, la greca (una especie de flecos) va en los bordes de la estrella o corazón que puede ir en el centro de la colcha. El fondo es la gamuza, también va el nombre de la persona que dona, la fiesta, la comunidad y la fecha. Al final se coloca los flecos y las lentejuelas".

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		En el taller artesanal del entrevistado se presenta de lunes a domingo la exposición de colchas de toros, trabajos artesanales que el entrevistado tiene en forma de modelos o para la venta en caso de que algún cliente lo requiera.
Continua	X	
Ocasional		
Otro		

28. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Alulema, Mauro,	44 AÑOS	Artesano	Barrio las palomas	Guamote
Instituciones	INPC (Ficha M-06-06-50-000-08-002194)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba

29. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

En el contexto de las corridas de toros, en Guamote, las colchas son símbolos de prestigio, pertenencia social y familiar del donante. La colcha también la puede ofrecer un amigo del donante " como expresión de reciprocidad ante los favores recibidos por la imagen religiosa". (Naranjo 183, 2004).

30. SENSIBILIDAD AL CAMBIO				
Alta		Las corridas de toros son de los juegos populares más importantes en la mayoría de fiestas religiosas populares de los Andes, por lo que la confección de las colchas es también una tradición muy arraigada en la serranía del país.		
Media				
Baja	X			
Manifestaciones vigentes				
Manifestaciones vigentes prioritarias				
Manifestaciones de la memoria				
31. INTERLOCUTOR (ES)				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Alulema, Mauro	Barrio las palomas	n/d	44	Maculino
32. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
Fiestas de Cantonización	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas cívicas	
33. ANEXOS				
Fotografías	Videos	Audio	Texto	
IM-06-06-50-000-08-000009_1.JPG IM-06-06-50-000-08-000009_2.JPG				
34. OBSERVACIONES				
La ubicación GPS corresponde al taller del informante.				
35. DATOS DE CONTROL				
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	18/10/11	
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimb0razo			
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:				
36. ANEXO FOTOGRÁFICO				
				
IM-06-06-50-000-08-000009_2.jpg.				

10) Sombreros de paño, Riobamba – Chimborazo

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-06-01-03-000-11-000010	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba	Parroquia	Velasco
Localidad	Plaza Roja		<input checked="" type="checkbox"/> Urbana		<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 762375 Y: (Norte) 9814821		Altitud: 2800
37. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Indumentaria cotidiana	
Denominación: Sombreros de paño, Riobamba – Chimborazo					
38. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
			Descripción fotografía IM-06-01-03-000-11-000010_1.jpg		
39. DESCRIPCION					
<p>Los sombreros de paño utilizados por pobladores mestizos e indígenas para protegerse de los rayos del sol en sus largas jornadas de trabajo, o como atuendo estético son confeccionados en varios lugares del país y uno de los más famosos en este arte es don Segundo Vilema quien tiene su taller cerca a la plaza roja de Riobamba el mismo que nos explica el proceso de elaboración del sombrero de paño el mismo que se divide en tres etapas.</p> <p><i>En la primera etapa.-</i> hay que engomar (poner goma en toda la campana) y poner en horma (molde de madera con que se da forma de cabeza a la campana, las hormas son por medidas en cm desde el 52 hasta el 60.) la campana (forma original del sombrero de paño) con el objetivo que la campana sea firme y poder dar forma al sombrero. Se deja en la horma, durante dos horas para que se seque y este firme para dar la forma del sombrero. La goma que se utiliza es especial se llama goma rabia. De aquí hay que evaporizar a temperatura de 100 grados y luego poner en la horma y dejar que seque, esto se realiza con el objetivo de que la campana tome la forma de la horma. El siguiente paso es poner el hormillón (es un pedazo redondo u ovalado de madera con un agujeró en el medio para sujetarla en el momento de planchar la falda del</p>					

sombrero, el hormillón viene en medidas desde la 52 hasta la 60) se introduce en la copa para darle la figura correspondiente, y poder planchar la campana, y sirve para dar la medida de la cabeza. De aquí se procede a colocar una piola para ajustar el sombrero al hormillón y así de esta manera no se mueva en el momento de planchar.

La segunda etapa consiste en el planchado y forma de la falda del sombrero.- Se coloca una tela jean encima de la falda para que no se quemé el sombrero en el momento de planchar, se pone agua con un cepillo de cerda de ganado porcino y se dispersa por el lugar que se va a planchar, para que en el momento de planchar el vapor del agua permite dar la forma del sombrero, mucho más fácil. Luego se pasa la plancha caliente por la falda, para dar la forma la plancha que se utiliza es de metal y tiene una temperatura de 120 grados de temperatura.

La forma se da de acuerdo al gusto del cliente, primero se da la forma de la copa y luego de la falda.

Se pone la plancha en el prensador (una herramienta de metal que sirve como base para sostener a la plancha caliente, con el objetivo de planchar la falda del sombrero), encima del prensador se coloca la tela jean, se pone encima del prensador el sombrero y se va dando la forma de la falda con la plancha pequeña de madera y a la misma vez que se va estirando la falda del sombrero para igualar los filos.

Con un pedazo de tela de paño mojado caliente se pasa por la copa del sombrero para darle forma para estirar el sombrero e igualar y no tener que cortar el vuelo.

Luego Se Arisca (doblar el filo de la falda del sombrero para arriba utilizando el ariscador) todo el vuelo de la falda y se da la forma poniéndole encima del prensador, se pasa la plancha pequeña de madera para estirar y si esta desigual se lo corta con el cortador.

Tercera parte es la terminación del sombrero. Se pone el tafilete en la parte interna del sombrero

El tafilete es cosido a mano con aguja y con hilo nylon esto va por dentro del sombrero, el tafilete es de un material llamado cuerina y mide 4 de ancho el largo va a depender del ancho del sombrero, él tafilete evita que el sudor de la cabeza no dañe el sombrero, luego se pone el cintillo de tela cuyo color es acorde al color del sombrero y por lo general tiene 3.5 cm de ancho y el largo va a depender del ancho del sombrero. Y Finalmente se coloca la coronilla en la parte interna del sombrero, que es tela de forro de color blanco en forma de copa de sombrero, y es cosida a mano con hilo sedal se coloca por dentro del tafilete, su objetivo es proteger al sombrero para que no se ensucie. Además según pedido del cliente se puede colocar otros adornos como plumas de aves u otros objetos decorativos. (Vilema, S Experiencia personal)

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		La elaboración de los sombreros de paño se lo realiza durante todo el año los mismos que se venden al por mayor y menor bajo pedido o por unidades en la plaza Bernardo de León de la ciudad de Riobamba.
Continua	X	
Ocasional		
Otro		

40. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Segundo Vilema	59 años en la actividad	Propietario	Cristóbal Colon y Veloz	Riobamba
Instituciones					
41. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
El sombrero de paño tiene una alta importancia para la comunidad ya que es parte de la vestimenta tradicional de los pueblos indígenas y mestizos del la zona por desgracia en la actualidad a pesar de que esta manifestación aun cuenta con una alta acogida se ha notado que las nuevas generaciones a causa de la pérdida de su identidad cultural ya no usan esta indumentaria.					
42. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Los sombreros de paño son aun cotizados en el mercado, claro que en menor demanda que en años pasados por lo que se contratan a jóvenes que ayudan en el armado del sombrero quienes aprendiendo esta actividad contribuyen a que el riesgo de que desaparezca sea menor.			
Media					
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
43. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección		Teléfono	Edad	Sexo
Segundo Vilema	Plaza Juan Bernardo de León		n/d	n/d	Masculino
44. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Vestimenta Cotidiana	Usos sociales, rituales y actos festivos	Uso social de la vestimenta	Vestimenta cotidiana		
45. ANEXOS					
Fotografías		Videos	Audio	Texto	
IM-06-01-03-000-11-000010_1.jpg IM-06-01-03-000-11-000010_2.jpg					
46. OBSERVACIONES					
n/a					
47. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:		26/10/11	
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:		Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:					
48. ANEXO FOTOGRÁFICO					



11) Textilería de ponchos y cobijas de lana de borrego - Guanando, Chimborazo

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO IM-06-07-51-000-11-000011	
 INPC <small>Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador</small>					
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Guano	Parroquia	Guanando
Localidad	Barrio el calvario			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 773075 Y: (Norte) 9828583		Altitud: 2439
49. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestiza			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Textilería	
Denominación: Textilería de ponchos y cobijas de lana de borrego-Guanando, Chimborazo					
50. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					



Descripción fotografía

IM-06-07-51-000-11-000011_1.jpg

51. DESCRIPCION

La provincia de Chimborazo, específicamente el cantón Guano, se ha caracterizado por la cantidad de artesanos textiles dedicados a la confección de artículos de cuero y tejidos de alfombras y ponchos. Esta es una actividad en la que gran parte de la población emplea su tiempo y conocimiento, pues sirve para la venta en amplia escala y sustenta la economía de la región.

En la parroquia de Guanando, cantón Guano, el tejido de ponchos y cobijas de lana de borrego es una actividad tradicional. La materia prima se consigue fácilmente pues en los alrededores se cría gran cantidad de ganado ovino. Actualmente el uso y consumo de cobijas de oveja y de ponchos ha disminuido, al ser reemplazado por el uso de fibras sintéticas y en el caso de los ponchos por la disminución del uso de esta prenda. Pese a esto todavía existen artesanos que continúan dedicándose a esta actividad tradicional. A continuación el testimonio de un tejedor de ponchos de Guanando, quien cuenta los antecedentes de cambio de esta actividad y cómo se mantiene hasta nuestros días.

Antes para tejer ponchos o cobijas hilvanábamos los hilos, luego los blanqueamos; para tinturar se pone en una paila con tinta, la hacemos hervir a lo largo de una hora más o menos, para luego ponerlo a secar y después hebillar. Luego viene el proceso de la hurdida, después se pasa los telares, ahí se teje y se procede a perchar, se cose, y se arma sea el poncho o la cobija, porque está en dos hojas. Una vez que está en dos hojas y se ha sacado el pelo de la lana ya está listo para la venta o la entrega a quien lo manda a hacer. Los diseños en las cobijas van a cuadros, rayadas o de un solo color. Cuando hay bastante que hacer, pagamos quien teja, para tejer se usan las cashguas, y para hillaguar (hilar) se usa el templador, con el crucero mayor y con el crucero menor se teje y dos envolvedores.

Para sacar el pelo y la pelusa se usa cardo santo, que es la flor de una planta que es como una peinilla.

Al final se cogen las dos hojas y se cosen para formar la cobija, para el poncho es igual pero se deja una abertura en la mitad por donde se mete la cabeza.					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		En la actualidad debido a la poca demanda existente en el mercado de estas piezas la producción se ha reducido hasta el punto que se lo realiza solamente bajo pedido.			
Continua					
Ocasional	X				
Otro					
52. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Merino, María Merino, Lucía Lema, Melchor	75 años 82 años 51 años	Artesano Artesano Artesano	Barrio el calvario	Guanando
Instituciones	INPC (Ficha M-06-07-51-000-08-002391)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
53. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Esta actividad del tejido es importante en la medida que tiene orígenes ancestrales y se ha mantenido por largos años como conocimiento, dentro de la comunidad. Esto significa que el conocimiento ha pasado de generación en generación y se ha convertido en una forma de sustento económico para gran cantidad de familias de la región, tal y como lo demuestra el testimonio de la entrevistada: "Es nuestro medio de vida".					
54. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta	X	Al parecer esta manifestación ha estado cambiando durante años, al punto de estar en peligro de desaparición. Por falta de registro no conocemos si existen personas que muestren interés en mantener un vínculo con el conocimiento sobre los tejidos, pero por la edad avanzada de los interlocutores, suponemos que las generaciones nuevas muestran poco interés en aprender las técnicas. Así lo demuestra el testimonio de las entrevistadas: "Antes se tejía para vender en la feria, ahora se teje solamente bajo pedido especialmente para los indígenas".			
Media					
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
55. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Merino, María,	Barrio el Calvario	n/d	75	Femenino	
Merino, Lucía	Barrio el Calvario	n/d	82	Femenino	
Ema, Melchor	Barrio el Calvario	n/d	51	Femenino	
56. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		

Tratamiento de la fibra vegetal.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Sabiduría ecológica tradicional	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales
57. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-06-07-51-000-11-000011_1.jpg IM-06-07-51-000-11-000011_2.jpg			
58. OBSERVACIONES			
La entrevista fue realizada a esta familia que se dedica a tejer las cobijas y los ponchos, el tejido en el telar lo realiza el padre, la madre y la hija se dedican a ebanar los hilos y al urdido. La georeferenciación corresponde al domicilio de los entrevistados.			
59. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	15/11/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica de Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
60. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-06-07-51-000-11-000011_2.jpg			

12) Elaboración de artículos de cuero - Guano, Chimborazo

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL		CODIGO	
BIENES INMATERIALES		IM-06-07-51-000-11-000012	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	Chimborazo	Cantón	Guano
Parroquia	Guano	Localidad	Barrio el rosario
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 762069 Y: (Norte) 9821842	Altitud: 2726

61. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Comunidad	Mestizo	Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales		
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	Talabartería
Denominación: Elaboración de artículos de cuero - Guano, Chimborazo			
62. FOTOGRAFIA REFERENCIAL			
		Descripción fotografía IM-06-07-51-000-11-000012_1.jpg	
63. DESCRIPCION			
<p>(CIDAP, La cultura popular del Ecuador Tomo X Chimborazo, 2004) Se emprende esta artesanía desde la segunda década del siglo XIX. A la par que surgió la industria del calzado Calero, se dice que la labor se inició gracias a varias familias de origen ambateño expertas en el proceso de tenería, desde entonces la gente aprendió esta actividad. La elaboración de artículos de cuero es un eje de la economía del cantón Guano, que genera empleo para gran parte de la población, partiendo desde el proceso de curtiembre hasta la obtención del cuero tratado. Para la elaboración de diferentes artículos, se procede a realizar el diseño de los artículos que se va a confeccionar, observando las tendencias de moda en las prendas o carteras, se la diseña, en una plantilla en metal, y se la cortar en serie(piezas) y se lleva a la costura, la costura se la manda a realizar con los obreros que se dedican a esta labor en diferentes partes de Guano, que tienen su máquina o dos máquinas, y tienen un espacio de su hogar para dedicarlo a este trabajo, por coser una cartera el valor de pago es de 4.00 dólares, es una modalidad de contrato por obra hecha, al momento de recibir la obra se realiza un estricto control de calidad, por lo general la obra se la retiran un sábado y la vuelven a entregar el siguiente sábado, es cuando se revisa que la costura sea homogénea, se chequea los bolsillos, los pegues de cierres, que esté bien armada la prenda, previo este control se recibe la obra, para proceder a entregarle una nueva obra para la siguiente semana, los pagos son en relación a la cantidad de productos armados, semanalmente. Tanto el dueño de la curtiembre como los artesanos, poseen sus propias tiendas para la venta del producto, también su comercialización se la realiza a otros sectores como Riobamba, Quito, etc.</p>			
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad	
Anual		Durante todos los días del año se puede apreciar en las diferentes tiendas artesanales de la ciudad de guano la gran variedad de muestras en artículos de cuero.	
Continua	X		
Ocasional			
Otro			

64. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Arturo Puento	45 Años	Artesano	Calle José Rodríguez Y León Hidalgo	Guano
Instituciones	INPC (Ficha M-06-07-50-000-08-001711)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
65. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Esta técnica es importante en tanto es una forma de transmisión de conocimiento ancestral. Los elementos naturales utilizados para el tinturado también dan cuenta de la sabiduría ecológica con la que se han manejado por años los elementos de la naturaleza. Además de que la ciudad se ha ganado el prestigio de capital artesanal del Ecuador en gran parte gracias a la habilidad de los artesanos al trabajar con este materia					
66. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Siendo eje de la economía del cantón no todos conocen las técnicas ni todas las partes de proceso de la curtiembre. Pero la actividad está totalmente vigente entre los pobladores, convirtiéndose en una actividad representativa del cantón Guano, quizá la más importante.			
Media					
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
67. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Arturo Puento	Calle José Rodríguez Y León Hidalgo	n/d	44	Masculino	
68. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención de la piel animal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
69. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-06-07-51-000-11-000012_1.jpg IM-06-07-51-000-11-000012_2.jpg IM-06-07-51-000-11-000012_3.jpg					
70. OBSERVACIONES					
La georeferencia fue tomada en la curtiembre el al-ce.					

71. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/10/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
72. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-06-07-51-000-11-000012_2.jpg		IM-06-07-51-000-11-000012_3.jpg	

13) Artesanías en piedra-San Andrés, Chimborazo

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-06-07-54-000-11-000013	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Guano	Parroquia	San andres
Localidad	Centro parroquial			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 753872 Y: (Norte) 9826527		Altitud: 3125
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Imaginería	
Denominación: Artesanías en piedra-San Andrés, Chimborazo					

2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL



Descripción fotografía

IM-06-07-54-000-11-000013_1.jpg

3. DESCRIPCION

(CIDAP, La cultura popular del Ecuador Tomo X Chimborazo, 2004) La parroquia San Andrés pertenece al cantón Guano en la provincia de Chimborazo. Sus habitantes se sienten orgullosos de una tradición que ha dado realce a ésta zona: la habilidad de los talladores de piedra, los picapedreros de San Andrés, que son conocidos artesanos que han hecho del tallado de la piedra su modo de subsistencia. Reconocidos a nivel nacional por su destreza y agilidad en las manos logrando crear con un trozo de piedra una maravillosa obra de arte.

Muchas de las construcciones de la zona de San Andrés, como iglesias, edificios importantes y casas, están hechas en piedra. Gente de varias partes del país, pero especialmente de Riobamba, son asiduos compradores de las obras que se tallan en piedra.

Uno de estos artesanos, don Segundo Llamuca, cuenta cómo esta tradición se gestó en su familia; cómo su conocimiento en el tallado de piedra ha incidido en la estructuración arquitectónica del pueblo otorgándole una identidad, y además, todo el proceso que se sigue para la obtención del material y la moldeamiento del mismo.

Hace muchos años ya, nuestros abuelitos trabajaban en piedra, como en la construcción de la iglesia y muchas casas en el centro de San Andrés. Yo aprendí de un señor y me perfeccioné en Quito. Se trabaja en piedra blanca o piedra negra y yo mismo me encargo de conseguir el material. Por ejemplo, la piedra blanca se consigue vía a Guaranda y es más suave para realizar un trabajo, a veces me demoro un día. Pero la piedra negra es más fácil de conseguir. Hay por aquí y es más dura.

El trabajo se demora el doble de tiempo que en la otra piedra.

Trabajo sólo a mano y utilizo como herramientas, los combos adecuados para tallar la piedra, escuadras, metro, puntas, amoladora y se trabaja a golpes. Primero hago la cara vista que quiere decir la primera base de la cara o modelo para que todo salga a escuadra y no desfigurada y cuando ya esté la medida exacta se sigue tallando. Hago todo tipo de piezas por ejemplo columnas para adornos de casas para las macetas, lápidas para el cementerio, cruces, piletas para parques, bases para pilares de madera. Trabajo para vender y bajo pedido porque los clientes me traen fotos o revistas para que vea el modelo que desean, hago de todo un poco.

Para realizar las artesanías traen dos o tres personas de las minas cercanas la piedra, sin días fijos. El clima influye bastante porque allá arriba en las minas cercanas al Chimborazo el clima es frío.

Cuando cae nevada del Chimborazo uno va, ve la mina y tiene que volver. Cuando hace un buen día se trabaja desde las 8 u 8: 30 de la mañana, hasta las 2: 30 o 3 de la tarde. Pican lo que avanzan, y traen la piedra en camiones, la piedra se trae en bruto, y luego le dan la forma dependiendo del pedido del cliente.

Las herramientas con las que se trabaja para moldear la piedra son: puntas, cinceles, gradina y bizarras. Las figuras se hacen dependiendo del pedido, si piden un busto o una columna, se sube a la mina y se hace el trabajo. Un trabajo en piedra puede durar un mes, dos meses o tres, según sea el trabajo, si es complicado se puede demora más. El trabajo más complicado es hacer bustos y figuras humanas. Lo más fácil es hacer columnas, en una semana, se saca un par de columnas. Trabajamos con piedra blanca, con la negra y la rosada muy poco. Se trabaja todo el año, hay temporadas en las que el mercado es bajo".

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Por el tiempo que toma el fabricar una pieza artesanal en piedra se puede encontrar a los artesanos realizando esta actividad todos los días del año.
Continua		
Ocasional		
Otro	X	

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Llamuca, Segundo.	42 AÑOS	Artesano	Panamericana Norte vía a Ambato	San Andrés
Instituciones	INPC (Ficha IM-06-07-54-000-08-001727)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE SAN ANDRÉS	n/d	n/d	Panamericana Norte vía a Ambato	San Andrés

5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

El conocimiento que tienen estos artesanos, según el testimonio del entrevistado, da cuenta de un largo proceso de transmisión del conocimiento, de allí su trascendencia histórica y generacional. Este conocimiento ha dado a esta zona una adscripción identitaria de la que sus habitantes se sienten orgullosos.

También se valora las habilidades, imaginación y concepciones de belleza que tienen estos artesanos. A tal punto que mucha gente del país y de Riobamba, acuden a ellos para comprar sus esculturas. Esto lo confirma el entrevistado: "Es importante porque es uno de los pocos lugares donde se trabaja con piedra, y porque es una forma de subsistencia".

6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO

Alta		La producción de la artesanía en piedra es una actividad
------	--	--

Media		constante en San Andrés. Se mantiene vigente y se destaca entre la población. Las nuevas generaciones están interesadas en aprender de éste arte pues es una buena fuente de ingresos económicos. Requiere de un estudio para entender la magnitud de sus elementos simbólicos e identitarios, su carácter social y su trascendencia histórica y generacional. Este estudio ya se está llevando a cabo.			
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Llamuca, Segundo	Carretera panamericana, vía a Ambato	n/d	42	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención de la piedra a tallar	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Sabiduría ecológica tradicional	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-06-07-54-000-11-000013_1.jpg IM-06-07-54-000-11-000013_2.jpg IM-06-07-54-000-11-000013_3.jpg					
10. OBSERVACIONES					
La imagen corresponde al lugar de la entrevista, la fotografía a trabajos realizados por el entrevistado.					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politecnica De Chimbórazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		
Registro fotográfico:					
12. ANEXO FOTOGRÁFICO					
					
IM-06-07-54-000-11-000013_1.jpg			IM-06-07-54-000-11-000013_1.jpg		

14) Cestería en totora-San Gerardo De Pacaicaguán, Chimborazo

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL						CODIGO	
						IM-06-07-55-000-11-000014	
BIENES INMATERIALES							
DATOS DE LOCALIZACIÓN							
Provincia	Chimborazo	Cantón	Guano	Parroquia	San Gerardo de Pacaicaguan		
Localidad	San Gerardo			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural		
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 793147 Y: (Norte) 9847129		Altitud: 2692		
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN							
Comunidad	Puruhá			Lengua	Kichwa		
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales						
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales			Detalle del subámbito	Cestería		
Denominación: Cestería en totora-San Gerardo De Pacaicaguán, Chimborazo							
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL							
				Descripción fotografía IM-06-07-55-000-11-000014_1.JPG			
3. DESCRIPCION							
<p>La totora es un producto que se extrae de las lagunas cercanas a San Gerardo de Pacaicaguán en el cantón Guano, provincia de Chimborazo. En este lugar muchas familia han legado el arte de trabajar con totora el mismo queusaba técnicas rusticas ancestrales para la elaboración especialmente de rodapiés de totora y otros productos. Pero desde hace un poco mas de 6 años gracias a la ayuda del municipio del cantón y otras entidades gubernamentales y no gubernamentales el poblado de San Gerardo de Pacaicaguán recibió capacitación por parte de “Totora Sisa” donde aprendieron nuevos usos y diseños para esta materia prima.</p> <p>En el pasado era mucho más común que la gente del poblado se dedicar a esta actividad, pero por razones de migración, falta de interés de las nuevas generaciones y por la falta de demanda de los productos, especialmente desde el sector indígena, esta actividad se ha venido a menos. La elaboración de artesanías en totora forma parte de la economía doméstica indígena como una labor</p>							

complementaria a otras actividades de subsistencia como la agricultura. Es un negocio familiar donde el oficio se aprende y del que se participa desde temprana edad. A continuación el relato de una tejedor de estas artesanías. Ella explica el proceso de elaboración de esteras, paneras, barquitos hechos exclusivamente con las hojas de la totora.

"Antiguamente en San Gerardo se elaboraba lo que son esteras y aventadores comunes. Las esteras eran muy demandadas por las familias indígenas que las usaban como base para recostarse o como piso en sus viviendas. Hoy en día se sigue manteniendo el proceso de elaboración de artesanías. Primero se debe esperar la maduración de la planta de totora por aproximadamente un año hasta que pueda extraérsela. La totora se saca verde y dejamos que las hojas se sequen por un mes. Es necesario que la totora este bien seca para poder trabajar. Una vez seca, se la corta en tungos, éstos se secan al sol y luego las hojas secas se dividen en hebras de acuerdo al tamaño de la estera a fabricar. La totora sólo se corta una vez al año es por eso que las personas que trabajan con este material se deben abastecer".

Sobre la elaboración de esteras: "Se debe preparar el material para la estera, se debe amarrar e igualar las puntas de las hojas para que no se desigualen. Primero se corta el molde en el agua mojándose hasta arriba, es por eso que estoy enferma y ya no puedo andar con los huesos. Luego se golpea la totora con una piedra y se va tejiendo como se teje un suéter. Antes, cuando éramos jóvenes, se hacía hasta 5 esteras por día. Ahora hacemos apenas una porque ya no tenemos la misma fuerza como cuando éramos jóvenes.

Sobre la elaboración de otras artesanías en totora: "En la actualidad, con la capacitación recibida se está elaborando otro tipo de artesanías como son: individuales, paneras, llamitas, barquitos.

El Municipio sigue capacitando a los artesanos para tratar de sacar otro tipo de artesanías, que puedan ser vendidas en el mercado y que sea otra forma de ingreso económico para las familias. Las paneras, por ejemplo, las hacemos en un molde. Clasificamos las hojas de totora, recortamos la dimensión que nosotros queremos y con la totora más larga simplemente vamos dando la vuelta y amarrando. Otras artesanías son los llingos (llamas).

Para elaborarlos se corta y se teje con pilla. Con eso se teje la cabecita, la barriguita. Otra artesanía son los barquitos que igualmente son hechos en totora. Se hacen sólo con amarres de la hoja, se les va dando un toque determinado. No es nada difícil, todo es fácil, solo es necesario tenerla fuerza necesaria para superarse y seguir adelante". (Arevalo O. Experiencia Personal)

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Trabajan bajo pedido y en el tiempo libre debido a la poca salida de los productos ya los interesados en comprarlos no están dispuestos a pagar un precio justo por los mismos.
Continua		
Ocasional	X	
Otro		

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o	Dirección	Localidad
------	--------	------------------------------	---------------------	-----------	-----------

			Actividad		
Individuos	Arévalo, Olga	41 AÑOS	N/D	15 de enero y 24 de mayo.	San Gerardo
Instituciones	INPC (Ficha IM-06-07-55-000-08-001732)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
Colectividades	Pre- asociación en totora	2 Años	n/d	n/d	San Gerardo
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
<p>Estas son actividades que tienen trascendencia histórica y generacional, pero que se han venido a menos por factores sociales y de pérdida de trascendencia simbólica. La poca salida de los productos de totora a desanimado a muchos a seguir capacitándose e inmiscuyéndose para mejorar la calidad del trabajo artesanal en totora; a pesar que el GAD de Guano ha trabajado en la capacitación de los artesanos son apenas 8 de 22 personas de la población las que realmente siguen trabajando en esta hermosa labor poco apreciada en nuestro medio.</p>					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		A pesar que en la actualidad esta actividad se mantiene vigente, ya que gran parte de la población trabaja en las artesanías, no se sabe a ciencia cierta cuánto futuro tenga esta actividad. Pues los graves problemas económicos por los que pasan los pobladores de la región, ha llevado a un gran índice de migración, sobre todo de las generaciones más jóvenes, que ya no muestran interés en aprender las técnicas.			
Media	X				
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Arévalo, Olga	15 de enero y 24 de mayo.	032368323 086060692	41	Femenino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Manejo de la fibra vegetal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-06-07-55-000-11-000014_1.JPG IM-06-07-55-000-11-000014_2.JPG IM-06-07-55-000-11-000014_3.JPG					
10. OBSERVACIONES					
Actualmente la pre-asociación están formada por doce personas. Las coordenadas corresponden al lugar de la entrevista, las imágenes a la artesana presidenta de la pre-asociación de trabajadores en totora.					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	18/12/11		

Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-06-07-55-000-11-000014_2.JPG		IM-06-07-55-000-11-000014_3.JPG	

15) Cestería en carrizo - San Gerardo De Pacaicaguán, Chimborazo

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-06-07-55-000-11-000015	
INPC <small>Instituto Nacional de Patrimonio Cultural</small>					
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Guano	Parroquia	San Gerardo de Pacaicaguan
Localidad	San Gerardo			X Urbana	Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 766212 Y: (Norte) 9819875			Altitud: 2658
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Puruhá			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales			Detalle del subámbito	Cestería
Denominación: Cestería en carrizo-San Gerardo De Pacaicaguán, Chimborazo					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					

**Descripción fotografía**

IM-06-07-55-000-11-000015_1.jpg

3. DESCRIPCION

En la parroquia de San Gerardo de Pacaicaguán, existen unas pocas familias de artesanos, dedicados a la elaboración de canastas hechas de carrizo. Los artesanos que realizan esta actividad lo han hecho desde tempranas edades y han transmitido su conocimiento a cada familiar. Lamentablemente esta técnica que se está perdiendo, debido al abastecimiento del mercado con otros productos de material plástico, que hace que el consumo de las canastas en carrizo se vaya perdiendo.

Los artesanos dedicados a esta actividad se abastecen de carrizo en la localidad de Los Elenes. Una vez que han comprado el carrizo, lo cortan, rajan y finalmente lo tallan. El primer paso es cortar el carrizo en tiras de diferentes longitudes. Luego lo remojan por un tiempo. A continuación tejen el asiento de la canasta, y le van dando forma de acuerdo al molde y tamaño del canasto. Un canasto se elabora en una hora y media.

Don Miguel Amumaya, artesano de la parroquia, nos cuenta su experiencia en la manufacturación de las canastas: "Primero le partimos el carrizo y de acuerdo al porte se corta: si es pequeño, el corte es delgado y si es grande se va haciendo más grueso el tallado del carrizo. El carrizo viene con una paja a la que pelamos y de ahí le rajamos y tallamos. Una vez listo el material, se comienza con la elaboración de los canastos. Primero se trabaja el asiento, la base del canasto. A continuación, le damos con unos que se llaman los paraderos para poder levantar el tejido sobre la base. Luego tejemos lo que queda del canasto y para finalizar le damos el terminado que se llama torchar y le ponemos las orejas a la canasta. A la semana se elaboraban 25 canastas. Ahora por la poca demanda apenas se elaboran bajo pedido unos pocos.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Ya que la demanda de los canastos ha disminuido en los últimos años la fabricación de los mismos se lo realiza solo bajo pedido y son entregados principalmente en la plaza Dávalos de la ciudad de Riobamba.
Continua		
Ocasional		
Otro	X	

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/	Cargo,	Dirección	Localidad
------	--------	-------	--------	-----------	-----------

		Tiempo de actividad	función o Actividad		
Individuos	Amumaya, Miguel	40 años	Artesano	Barrio la unión	San Gerardo de Pacaicagan
Instituciones	INPC (Ficha IM-06-07-55-000-08-001734)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
<p>Las artesanías son elementos cargados de significaciones, creencias y simbolismos. De ahí la importancia que estas técnicas artesanales, nos den luz sobre una cantidad de competencias y conocimientos que han sido transmitidos generacionalmente. Lamentablemente, según el entrevistado, el poco interés de la comunidad en comprarlos, ha hecho que la gente deje de elaborarlos. Así lo demuestra el testimonio: "Ahora ya no es vendible los canastos porque nos encontramos inundados con artículos de plástico".</p>					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta	X	<p>La actividad está vigente, pero parece ser que la falta de salida en el mercado de estos productos, está haciendo que las nuevas generaciones no presten interés en seguir con la tradición. La técnica aparentemente, corre riesgo de desaparecer.</p>			
Media					
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Amumaya, Miguel	Barrio la unión	n/d	40	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Manejo de la fibra vegetal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-06-07-55-000-11-000015_1.jpg IM-06-07-55-000-11-000015_2.jpg					
10. OBSERVACIONES					
<p>Son los únicos en la parroquia que aun elaboran los canastos, las coordenadas corresponden al lugar de la entrevista, la imagen al trabajo de corte de los materiales a usarse.</p>					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	18/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		

Registro fotográfico:	
12. ANEXO FOTOGRÁFICO	
	
IM-06-07-55-000-11-000015_2.jpg	

16) Textilería de ponchos, bayetas, anacos -Cacha, Chimborazo.

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
BIENES INMATERIALES				CODIGO	
				IM-06-01-51-000-11-000016	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba	Parroquia	Cacha (Cab. De Machangara)
Localidad	Centro parroquial			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 756570 Y: (Norte) 9810905			Altitud: 3016
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Puruhá			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito		Indumentaria cotidiana.	
Denominación: Textilería de ponchos, bayetas, anacos -Cacha, Chimborazo.					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
				Descripción fotografía IM-06-01-51-000-11-000016_1.JPG	

3. DESCRIPCION

En la parroquia de Cacha el tejido de indumentaria indígena se ha mantenido bajo diferentes matices. Se trata de un trabajo en el que la comunidad ha optado por insertar las prendas "tradicionales" en el mercado. Así mediante el empleo de telares de pedal, en sustitución al telar de cintura, así como de materiales sintéticos como el hilo de algodón o de orlón, un grupo de artesanos, hombres y mujeres, se dedica a fabricar ponchos, fajas, bayetas, sacos, sombreros y anacos, además de shigras, cintas para envolver el pelo, tapetes a croché y gorros de lana blanca, estos últimos con técnicas aprendidas en talleres comunitarios de capacitación (Arrieta, 1984). Los tejidos se expenden principalmente en la plaza de la Concepción, en Riobamba, así como en tiendas comunitarias asentadas en esta ciudad. (Naranjo: 2004)

Las mujeres, y en menor grado los hombres (por los fenómenos de migración masculina al exterior o a la ciudad) se dedican a la elaboración de estas prendas, hoy en día con telas sintéticas, a diferencia del pasado, cuando la lana de borrego era el principal material para la confección. Este fenómeno es resultante de los altos precios de la lana cruda.

Los pobladores de Cacha, están reunidos en entidades artesanales organizadas para el expendio de sus productos, que se venden principalmente en Riobamba y en otras ciudades ecuatorianas (Salcedo: 2006)

El proceso de elaboración comienza por:

- Comprar la lana
- Tejerla con dos colores de la lana del borrego (blanco y negro)
- Mientras se teje, se va dando forma a figuras con croché

Fecha o periodo del evento	Detalle de la Periodicidad
Anual	Actualmente estos productos artesanales son elaborados solo bajo pedido.
Continua	
Ocasional	
Otro	

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Ahuagallo, María	31 Años	Artesana	Comunidad e Huaghshi	Cacha
Instituciones	INPC (Ficha IM-06-01-51-000-08-001470)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
Colectividades	Comunidad e Huaghshi	n/d	n/d	Cacha	Cacha

5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

Los tejidos de Cacha, representan un conocimiento generacional en el tejido textil, que viene desde época puruhá y que tomó repunte durante la colonia. Hoy en día, sirve como ingreso extra que contribuye en el sustento económico de varias familias de la región, que se dedican a la textilera, salvaguardando estos elementos que están cargados de significaciones, creencias y simbolismos.				
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO				
Alta		El trabajo de textilera en Cacha es plenamente vigente. Por los réditos económicos que representa para los pobladores, su vigencia parece no disminuir o estar en peligro de extinción.		
Media				
Baja	X			
Manifestaciones vigentes				
Manifestaciones vigentes prioritarias				
Manifestaciones de la memoria				
7. INTERLOCUTOR (ES)				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Ahuagallo, María	Comunidad de Huaghshi	N/D	31	Femenino
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
Manejo de la fibra vegetal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.	
9. ANEXOS				
Fotografías	Videos	Audio	Texto	
IM-06-01-51-000-11-000016_1.JPG				
10. OBSERVACIONES				
n/a				
11. DATOS DE CONTROL				
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11	
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo			
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:				
12. ANEXO FOTOGRÁFICO				

17) Pirotecnia-Cubijés, Chimborazo.

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
				IM-06-01-53-000-11-000017	
BIENES INMATERIALES					
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba	Parroquia	Cubijés
Localidad	Entrada a la parroquia			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 768591 Y: (Norte) 9818534		Altitud: 2520
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas Artesanales Tradicionales		Detalle del subámbito	Pirotecnía	
Denominación: Pirotecnía-Cubijés, Chimborazo.					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
				Descripción fotografía IM-06-01-53-000-11-000017_1.jpg.	
3. DESCRIPCION					
<p>En la parroquia de Cujibíes, vive don Jesús Martínez de 68 años de edad, quien asegura que él y su familia son los únicos dedicados a la fabricación de juegos pirotécnicos en la región. Comenta que el arte de la pirotecnia lo aprendió en la casa de sus padres que también fueron de Cubijés</p> <p>El mismo que nos cuenta que "Desde los 8 años comencé con mi finado padre a ayudarle en esta actividad, el mismo que a su vez aprendió de mi finado abuelo también de aquí de Cubijés, y del conocimiento que yo tengo vengo a ser la cuarta generación que nos dedicamos a esta actividad. Somos 4 hijos de los cuales vivimos 3, y de los cuales todos todavía hacemos pirotecnia. Esta profesión es hereditaria, 2 lo hacemos de forma permanente como medio de trabajo. De mi parte, ya tengo la quinta generación, pues un hijo mío también se dedica a la pirotecnia, de los hijos de mis hermanos ninguno se dedica a esta actividad, De cinco hijos que tengo con la misma esposa que ya tiene 69 años, el último ya</p>					

<p>tiene 32 años y es el heredero de la profesión y me acompaña en el trabajo, los demás ya son profesionales. Este arte me ha permitido estar en varias partes del Ecuador, la gente que por cualquier circunstancia dan mi nombre como referencia, y me buscan en mi casa, para contactarme, generalmente son los priostes de las fiestas que se organizan en diferentes partes con diferentes motivos, solo en caso de que ya esté comprometido, me niego a hacer otro contrato". Don Jesús es uno de los devotos de la Virgen Dolorosa, y dona catillos, vacas locas y voladores para la celebración de la fiesta de su patrona, que se da en el Barrio Central de la parroquia.</p>					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		Esta actividad es realizada por el entrevistado todos los días del año el mismo que ha ganado prestigio por su excelente trabajo artesanal.			
Continua	X				
Ocasional					
Otro					
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Chávez, Jesús	69 años	Artesano	Calle s/n, entrada a la parroquia	Cubijés
Instituciones	INPC (Ficha IM-06-01-51-000-08-001519)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
<p>El conocimiento que guarda este hombre, lo convierte en un artesano distinguido, que lleva una tradición de manufacturación de pirotecnía, por varias generaciones. Este conocimiento es apreciado no sólo por la comunidad sino también a nivel nacional. El conocimiento es reconocido, y los poseedores de los conocimientos con él. De tal manera, que el conocimiento se vuelve una forma de poder en la comunidad y para la familia además una forma de sustento económico.</p>					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta	X	En el pasado un mayor número de familias se dedicaban a esta actividad. Sin embargo, ésta es la única familia que mantiene la tradición de la fabricación de elementos pirotécnicos.			
Media					
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Chávez, Jesús	Calle s/n entrada a la parroquia	n/d	69	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Fiestas del barrio central de la parroquia	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas o ceremonias religiosas		

de Cubijfes.			
Otras fiestas o conmemoraciones	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas cívicas
9. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-06-01-53-000-11-000017_1.jpg. IM-06-01-53-000-11-000017_2.jpg.			
10. OBSERVACIONES			
La georeferencia fue tomada en el domicilio del entrevistado, que en este caso es el personaje del que hace mención la ficha y a quien corresponden las fotografías.			
11. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	17/10/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro Fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-06-01-53-000-11-000017_2.jpg.			

18) Artesanía en tagua, Riobamba - Chimborazo.

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL			CODIGO		
BIENES INMATERIALES			IM-06-01-04-000-11-000018		
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba	Parroquia	Veloz
Localidad	Barrio Leonidas Proaño			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural

Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 762293 Y: (Norte) 9814151	Altitud: 2803
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Comunidad	Mestizo	Lengua	Español
Ámbito	Técnicas Artesanales Tradicionales		
Subámbito	Técnicas Artesanales Tradicionales	Detalle del subámbito	Artesanía en Semillas
Denominación: Artesanía en tagua, Riobamba - Chimborazo.			
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL			
		Descripción fotografía IM-06-01-04-000-11-000018_1.jpg	
3. DESCRIPCION			
<p>Esta tradición artesanal se remonta desde hace unas seis décadas atrás y en nuestra ciudad tiene sus orígenes en el barrio Santa Rosa. Uno de sus moradores que años atrás había experimentado el tallado en tagua, decidió abrir un pequeño taller donde confeccionaba una serie de miniaturas con herramientas manuales. Varias personal al igual que nuestro informante trabajaron como aprendices, viendo que esta actividad resultaba rentable, decidieron montar sus propios negocios. La demanda de esta artesanía fue creciendo con el tiempo; no faltaban visitantes que en sus viajes por ferrocarril se detenían en la estación para adquirir los pequeños juegos de ajedrez elaborados de este material.</p> <p>Hoy, debido a los altos costos que implica mantener un taller con mano de obra asalariada y nuevas tecnologías, son pocos los artesanos que se dedican al trabajo en tagua. Uno de ellos, Danilo Cando, nos comenta que se trata de un trabajo que requiere de capacitación constante, sobre todo en lo que se refiere a acabados. Últimamente esta artesanía resulta poco competitiva respecto a otros similares que se producen en la costa ecuatoriana, y que son de mejor calidad.</p> <p>Para la fabricación de los objetos de tagua, entre los que se encuentran los tradicionales juegos de ajedrez, juegos de té, perinolas, prendedores, llaveros, anillos, aretes, masajeadores, entre otros, se efectúa el siguiente proceso.</p> <p>A la Pepa de tagua fresca adquirida de Bucay, Esmeraldas o Montalvo, en el estado natural se parece a la nuez (llamada mococha), llena de papas. Es una almendra de color blanco hueso, dura, lisa y opaca y con textura parecida a marfil. La nuez madura durante 6-12 meses, durante</p>			

<p>los cuales la semilla se endurece, adquiere un grosor final y su color cambia de blanco a ocre claro. La nuez madura tiene entre 3 y 6 cm de longitud y se la seca al sol durante dos o tres meses hasta que quede en condiciones de ser maniobrada. Con la ayuda de tornos, pulidor, lijadoras eléctricas, se perfilan los diseños deseados. Finalmente, mediante procesos sucesivos de pulimento en maquinas especiales para el efecto, se dan los acabados finales. En caso de requerir miniaturas con color, se las tiñe con el color deseado. (CIDAP, La cultura popular del Ecuador Tomo X Chimborazo, 2004)</p>					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		A pesar que el auge de la tagua fue dos o tres décadas atrás en la actualidad aun hay un gran mercado interesado en los artículos artesanales que se pueden fabricar con esta material conocido como “Marfil Natural” Por lo que el artesano trabaja de lunes a domingo ya sea en el proceso de fabricación o entrega de las artesanías.			
Continua	X				
Ocasional					
Otro					
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Marco Enrique Sanaguano.	55 años 30 años en la actividad	Gerente	Cdla. Monseñor Leonidas Proaño Mz A Casa 18	Riobamba
Instituciones	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Si la comunidad supiera apreciar el trabajo artesanal en nuestro país pues las cosas serian mejor para los artesanos quienes tienen que lidiar con varios problemas como son el bajo aprecio de sus productos ya que las personas no quieren pagar lo que realmente cuesta cada artesanía así como también la discriminación ya que son tratados de menos ya que por su trabajo siempre visten ropa cómoda que siempre se encuentra manchada con tinturas.					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Nuestro informante nos indica que por el momento existen varios artesanos que se dedican a trabajar la tagua así que este conocimiento aun no se encuentra en proceso de perdida pero hay que motivar a las nuevas generaciones a que se interesen en el aprendizaje de esta labor ya que por desgracia son cada vez menos los jóvenes que se están interesando en aprender este oficio.			
Media					
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Sanagano, Mario	Barrio Monseñor Leonidas Proaño Mz. L casa 19.	092710843	55 años	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		

Obtención de la semilla de tagua.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Agrodiversidad	n/a
9. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-06-01-04-000-11-000018_1.jpg IM-06-01-04-000-11-000018_2.jpg IM-06-01-04-000-11-000018_3.jpg			
10. OBSERVACIONES			
n/a			
11. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-06-01-04-000-11-000018_2.jpg		IM-06-01-04-000-11-000018_3.jpg	

19) Cometas -Licto, Chimborazo.

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL			
BIENES INMATERIALES		CODIGO	
		IM-06-01-56-000-11-000019	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba
Parroquia	Licto		
Localidad	Barrio central		<input checked="" type="checkbox"/> Urbana <input type="checkbox"/> Rural

Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 766607 Y: (Norte) 9800294	Altitud: 2866		
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo	Lengua	Español		
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	Otros		
Denominación: Cometas -Licto, Chimborazo.					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
		Descripción fotografía IM-06-01-56-000-11-000019_1.jpg			
3. DESCRIPCION					
<p>La elaboración de cometas en una actividad muy reciente dentro de la comunidad. Pocos son quienes practican esta ocupación, a la que se dedican principalmente niños.</p> <p>Preparación de la cometa:</p> <p>-Primero se va a buscar sigses secos en el cerro y se los corta, de ahí se amarran los palitos del sigse en forma de cruz, como un rombo o en forma de estrella, depende qué forma vaya a tener la cometa, si va a ser en forma de estrella se pone tres sigses cruzadas, de ahí con hilo se los va juntando; ya cuando están amarradas todas las uniones se pone encima una funda; a ésta se le amarra bien en los extremos de cada sigse y luego se buscan mas fundas: Para hacer el rabo, esto va de acuerdo a el tamaño de la cometa y luego se le pone piola para hacerle volar, la cantidad de piola se pone según cuan alto se le quiera hacer volar a la cometa en el cerro. (Muscha, F. Experiencia personal.)</p>					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		La fabricación de comentas es una actividad que se realiza en la temporada de junio hasta septiembre.			
Continua					
Ocasional					
Otro	X				
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Muscha, Franklin Llungan, Cristian Guachaco,Hugo	14 Años 15 Años 17 Años	Artesano Artesano Artesano	Calle Bolívar, bajo la Junta Parroquial	Licto

Instituciones	INPC (Ficha IM-06-01-56-000-08-002403)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Son juguetes que ya casi no se elaboran en otras partes, pero aquí sigue siendo parte de una tradición en temporada de verano.					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Se siguen construyendo y jugando a las cometas en temporada de verano entre jóvenes adultos y niños.			
Media					
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Mushca, franklin	Calle Bolívar, bajo la Junta Parroquial	n/d	14	Masculino	
Llungan, cristian	n/d	n/d	15	Masculino	
Guachaco, hugo	n/d	n/d	17	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Manejo de la fibra vegetal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-06-01-56-000-11-000019_1.jpg					
10. OBSERVACIONES					
Se debe promover este tipo de prácticas de elaboración de artefactos destinados a los juegos tradicionales, como parte de una educación integral que rescata también la tradición, la habilidad y los juegos populares.					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		
Registro fotográfico:					
12. ANEXO FOTOGRÁFICO					

20) Tambores de cuero de borrego - Licto, Chimborazo

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL						CODIGO	
BIENES INMATERIALES						IM-06-01-56-000-11-000020	
DATOS DE LOCALIZACIÓN							
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba	Parroquia	Licto		
Localidad	Barrio central			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural		
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 766734 Y: (Norte) 9800546			Altitud: 2857	
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN							
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español		
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales						
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Fabricación de instrumentos de percusión			
Denominación: Tambores de cuero de borrego - Licto, Chimborazo							
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL							
				Descripción fotografía			
				IM-06-01-56-000-11-000020_1.jpg			
3. DESCRIPCION							
<p>La fabricación de tambores en la región de Licto, para amenizar las fiestas de carnaval con música, fue muy común hace algunos años. La tradición, sin embargo, está desapareciendo poco a poco. Son pocos quienes se dedican a este oficio. A continuación un relato sobre uno de los últimos fabricantes de tambores para el carnaval, y el proceso de elaboración de los mismos:</p> <p>"Cada año se fabrican los tambores para las festividades de carnaval, antes se hacían más de estos tambores, pero la gente ya se ha muerto. Somos los últimos que fabricamos y heredamos de mi papá y mi papá de su papá y su papá de su papá, esta tradición viene desde mis bisabuelos. Los tambores que hacemos son pequeños y grandes, la madera que utilizamos es la del pumamaqui, es una madera blanca, y es especial. Ahora utilizamos triplex pero antes le hacíamos diferente, se le hacía con unos chapitas o pedacitos de madera, en diferentes colores que eran los colores del pino y del cedro, y ahora le cambiamos a triplex por que es más fácil,</p>							

para darle forma a la madera. Se coge madera verde y así no se rompe, se saca tiritas, se cepilla y se da la vuelta. Luego se le calienta con candela y en agua hervida, para que no se rompa (ya se ha adecuado una herramienta para hacer esto, con la que se da la vuelta y ya sale la madera curvada). Luego se consigue cuero de borrego que se lo compra en Guano y está seco, se le moja de nuevo para que se haga elástico y se le va tensando o parchando en el tambor ya armado, para que se seque con el tambor y se tiemple bien. Posteriormente se le pinta los filos. Ahora lo hacemos de color rojo y se le pone la piola para que se lo lleve cortado. Los palos para golpear el tambor se hacen de cualquier madera Los tambores ahora se los elabora para venderlos en Guaranda, ya que aquí casi ya no compran. Salimos a vender también a Alausí y a Guamate, por tres sábados seguidos. Los Gómez, especialmente Cesar Gómez, también vendían tambores, pero ya se murió. Esos tambores eran bien bonitos, hasta el cuero le hacían bien blanquito; ellos tenían el secreto que nosotros no teníamos, ese secreto para blanquear el cuero, pero no lo aprendimos; además ellos no pintaban a los tambores con pintura, sino con anilina, envidia de la buena se les tenía porque esos tambores eran lindísimos".

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		La fabricación de estos objetos artesanales se lo hace antes de la temporada de carnaval y bajo pedido ya que en la actualidad estos objetos poseen una demanda muy baja en el mercado local.
Continua		
Ocasional	X	
Otro		

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Jorge, Morocho Luis, Morocho	58 años 51 años	n/d	Calle Bolívar, a tres cuadras de la Junta Parroquial	Licto
Instituciones	INPC (Ficha IM- 06-01-56-000-08- 002406)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba

5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

Los ritmos vernáculos como el yumbo, danzante, yaraví o sanjuanito en sus versiones autóctonas siguen sonando en las regiones rurales de la provincia de Chimborazo (Naranjo: 2004). De allí que la fabricación de tambores, para producir estos ritmos musicales, es importante en la región. Los cambios que se están produciendo en el consumo musical popular por ritmos más modernos en las zonas rurales, ha tenido consecuencias en la fabricación de los tambores, esa es una de las razones, por las que la comunidad está cambiando la valoración hacia el tambor.

6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO

Alta	X	Pocos son los dedicados a la actividad de fabricación de los tambores, los ritmos musicales que se tocan con este instrumento, ya no tienen demasiada vigencia. Como consecuencia, ante el cambio por el gusto musical, los
Media		
Baja		
Manifestaciones vigentes		

Manifestaciones vigentes prioritarias		instrumentos para tocar ritmos tradicionales, ya no son los mismos.		
Manifestaciones de la memoria				
7. INTERLOCUTOR (ES)				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
MOROCHO, JORGE	Calle Bolívar, A Tres cuadras de La Junta Parroquial	n/d	58	Masculino
MOROCHO, LUIS	Calle Bolívar, A Tres cuadras de La Junta Parroquial	n/d	51	Masculino
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
Uso de cuero	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.	
9. ANEXOS				
Fotografías	Videos	Audio	Texto	
IM-06-01-56-000-11-000020_1.jpg				
10. OBSERVACIONES				
Se sugiere realizar un rescate urgente de las técnicas de construcción de estos objetos. Los entrevistados son auténticos portadores de conocimiento.				
11. DATOS DE CONTROL				
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11	
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo			
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:				
12. ANEXO FOTOGRÁFICO				

21) Monturas repujadas -Riobamba, Chimborazo.

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL		CODIGO			
BIENES INMATERIALES		IM-06-01-50-000-11-000021			
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba	Parroquia	Riobamba
Localidad	Riobamba		<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural	
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 761738 Y: (Norte) 9814914		Altitud: 2771	

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Comunidad	Mestizo	Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales		
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	Talabartería
Denominación: Monturas repujadas -Riobamba, Chimborazo.			
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL			
		Descripción fotografía IM-06-01-50-000-11-000021_1.jpg	
3. DESCRIPCION			
<p>Don Tenen Paguay Rafael nos cuenta acerca de la elaboración de monturas. Las monturas se hacen tipo vaquería, tipo americano.</p> <p>Los diseños del repujado (Galápagos) son realizados con golpes de hierro, tal y como lo hacían los antiguos maestros. Una vez que se imprime la figura, se corta el cuero en distintos moldes. El cuero se lo prepara con tinta o aceite para darle el color que se requiere, luego va el repujado (los moldes de hierro se graban a golpe sobre la baqueta de la montura) y se hace el armazón que es de madera para la montura y los estribos (parte de la montura que sirve para apoyo de los pies del jinete) que me entregan así como están de madera y aquí se les forra con cuero repujado, se le moja el cuero para que vaya cogiendo la forma y de ahí se le pone las correas y ya están acabadas El cuero se le pega a la madera con pega blanca (cola de carpintero), pero primero van clavos que se van tapando con las tachuelas.</p> <p>La importancia cultural, social y económica de la elaboración de monturas viene dada por una historia o tradición, que inicia con la conquista e introducción del caballo en América, la talabartería (artesanía del cuero) fue una introducción hispánica. Los talabarteros son generalmente de origen mestizo y con una larga tradición familiar en el trabajo del cuero, como es el caso de nuestro informante. Las monturas elaboradas en este sector presentan ciertas características como: la presencia de un mayor número de correas que las otras monturas.</p>			
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad	
Anual		A pesar que en la actualidad ha decaído el mercado de venta de las monturas aun existe una demanda que le permite al artesano trabajar continuamente en esta labor.	
Continua	X		
Ocasional			
Otro			
4. PORTADORES/SOPORTES			

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Tenen, Rafael	57 años	Artesano	Calles Veloz y Tarqui 20-20	Riobamba
Instituciones	INPC (Ficha IM-06-01-50-000-08-001446)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS	0	n/a	n/d	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Esta actividad es una técnica artesanal tradicional que se ha mantenido por generaciones. La calidad de la manufacturación del cuero, es reconocida como una artesanía de alto valor (tanto económico como social) entre la comunidad.					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Las monturas siguen siendo útiles en toda le región, puesto que la mayoría de comunidades utilizan el caballo en sus actividades cotidianas			
Media	X				
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Tenen, Rafael	Veloz 20-20 Y Tarqui	n/d	57	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención de la piel animal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-06-01-50-000-11-000021_1.jpg IM-06-01-50-000-11-000021_2.jpg					
10. OBSERVACIONES					
La ubicación GPS corresponde al taller del informante.					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		
Registro fotográfico:					

12. ANEXO FOTOGRÁFICO



IM-06-01-50-000-11-000021_2.jpg

22) Zamarros de cuero de llamingo, borrego y chivo -Riobamba, Chimborazo.

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-06-01-50-000-11-000022	
INPC <small>Instituto Nacional del Patrimonio Cultural Ecuador</small>					
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba	Parroquia	Riobamba
Localidad	Riobamba		<input checked="" type="checkbox"/> Urbana		<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 761738 Y: (Norte) 9814914		Altitud: 2771
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas Artesanales Tradicionales				
Subámbito	Técnicas Artesanales Tradicionales		Detalle del subámbito	Talabartería	
Denominación: Zamarros de cuero de llamingo, borrego y chivo -Riobamba, Chimborazo.					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
				Descripción fotografía IM-06-01-50-000-11-000022_1.jpg	

3. DESCRIPCION

Don Tenen Paguay Rafael artesano nos cuenta acerca de la elaboración del zamarro. Los zamarros son pantalones de cuero, cubiertos con pelo de animales como el llamingo, merino (borrego) y chivo. El zamarro es una prenda tradicional en el ajuar de los bailarines de la sierra andina. La importancia cultural, social y económica de la elaboración de zamarros viene dada por una historia o tradición de la que según Carvalho Neto se pueden encontrar referencias desde el siglo XVI en el libros de cabildos de Quito, el uso del zamarro tiene por tanto un origen hispánico y colonial.

Los artesanos del zamarro, son en el caso de Chimborazo, que han conservado este conocimiento por una línea de larga tradición familiar en el trabajo del cuero.

Quienes lo elaboran, compran el cuero ya curtido y trabajan sobre él. El procedimiento incluye:

1. Templar el cuero con clavos al sol de media a una hora.
2. Luego de secado el cuero, se lo lija y se empieza con el trabajo del trazado del cuero, en forma de pantalón.
3. Primero se traza el cuero ruso (cuero mate), luego viene el cuero que es con piel y el cuero ruso para la cintura; de ahí se empieza a acolchonar y se sigue armando primero el ruso, luego la piel, se ribetea (forrar los bordes y uniones con una tira de cuero) y se forra.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		A diferencia del siglo pasado en la el que la elaboración de zamarros tenía una periodicidad continua en la actualidad esta labor se la realiza solamente bajo previo pedido y de vez en cuando se elaboran unos diseños para tenerlos en exhibición.
Continua		
Ocasional	X	
Otro		

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Tenen, Rafael	57	Artesano	Veloz 20-20 Tarqui	Riobamba
Instituciones	INPC (Ficha IM-06-01-50-000-08-001447)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyen te	Riobamba
	Asociación de Artesanos	0	n/a	n/d	Riobamba

5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

El conocimiento en la elaboración de los zamarros, ha pasado de generación en generación. Es vigente y sumamente importante mantener este conocimiento, puesto que en las fiestas andinas, estas prendas representan una parte imprescindible del vestuario masculino.

6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO

Alta	En algunas comunidades todavía se utiliza el zamarro
------	--

Media	X	aunque en menor cantidad que antes, su uso más habitual es dentro de los grupos folklóricos.		
Baja				
Manifestaciones vigentes				
Manifestaciones vigentes prioritarias				
Manifestaciones de la memoria				
7. INTERLOCUTOR (ES)				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Tenen, Rafael	Veloz 20-20 Tarqui	n/d	57	Masculino
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
Obtención de la piel animal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.	
9. ANEXOS				
Fotografías	Videos	Audio	Texto	
IM-06-01-50-000-11-000022_1.jpg IM-06-01-50-000-11-000022_2.jpg				
10. OBSERVACIONES				
La ubicación GPS corresponde al taller del informante.				
11. DATOS DE CONTROL				
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11	
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo			
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:				
12. ANEXO FOTOGRÁFICO				
				
IM-06-01-50-000-11-000022_2.jpg				

23) Tejido de alpaca -Riobamba, Chimborazo.

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL						CODIGO	
						IM-06-01-50-000-11-000023	
BIENES INMATERIALES							
DATOS DE LOCALIZACIÓN							
Provincia	Chimborazo	Cantón	Riobamba	Parroquia	Riobamba		
Localidad	Estación De Ferrocarril			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural		
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 761395 Y: (Norte) 9814961		Altitud: 2760		
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN							
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español		
Ámbito	Técnicas Artesanales Tradicionales						
Subámbito	Técnicas Artesanales Tradicionales			Detalle del subámbito	Textilería		
Denominación: Tejido de alpaca -Riobamba, Chimborazo.							
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL							
				Descripción fotografía IM-06-01-50-000-11-000023_1.jpg			
3. DESCRIPCION							
<p>La artesanía textil, en la zona del Chimborazo es tiene antecedentes prehispánicos. En la época de la conquista española, se levantaron los llamados obrajes y se llevaron a estos territorios, gran cantidad de merinos españoles. Doña María Elena, vendedora y tejedora de prendas de vestir de alpaca cuenta que: “Actualmente, las artesanas del tejido en Riobamba, tejen con diseños propios, se realiza gorros, bufandas, guantes, capas, sacos. Se teje especialmente con lana de alpaca que se consigue en la casa Cóndor que queda en la vía a Guaranda, también las distribuye una señora de la hilandería Guijarro en Guano, se teje también con acrílicos porque a algunas personas les pica los tejidos con lana de alpaca. La lana de alpaca es medicinal, aconsejan ponerse lana de llama o de alpaca en el oído cuando entra agua o cuando burbujea, los gorritos hechos de lana de alpaca ponen una temperatura cálida en la cabeza y quita el frío en todo el cuerpo, se usan polainas de alpaca para las reumas, la lana de alpaca es más caliente que la de borrego y es más suave”.</p>							

<p>Ella también se dedica a esta labor y dice pensar en diseños exclusivos y útiles para la venta: "Me hago una idea de lo que puedo vender a la gente, tejo de acuerdo al grosor de la lana, con agujetas gruesas o finas, hay agujetas hasta el número 14, tengo unas 500 puntadas en muestrarios, la puntada más común es la lomo de corvina, tiene este nombre porque tiene un levantadito en la mitad, son 3 derechos y 3 reverses. En cuanto al tejido hay bastante competencia en lana de borrego pero no en lana de alpaca, la mayoría de personas que compra tejidos en lana de alpaca son extranjeros".</p>					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		La periodicidad de esta actividad depende en gran parte de la disponibilidad de la materia prima.			
Continua					
Ocasional	X				
Otro					
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Vásquez, María Elena	47 años	Artesano	Av. Daniel León Borja y Carabobo	Riobamba
Instituciones	INPC (Ficha IM-06-01-50-000-08-001460)	33 años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
La confección y venta de tejidos, a pesar de ser una actividad que lleva pocos años en vigencia a cobrado importancia ya que ha favorecido a que las alpacas sea nuevamente reintroducida en nuestro medio.					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Hay varias personas en Riobamba que se dedican al tejido a mano, por lo que se conserva esta tradición.			
Media					
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Vásquez, María Elena	Av. Daniel León Borja y Carabobo	n/d	47	Femenino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Manejo de la fibra animal	Conocimientos y usos relacionados con la	Sabiduría ecológica	Conocimientos y usos tradicionales de plantas,		

	naturaleza y el universo.	tradicional.	animales y minerales.
9. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-06-01-50-000-11-000023_1.jpg IM-06-01-50-000-11-000023_2.jpg IM-06-01-50-000-11-000023_3.jpg			
10. OBSERVACIONES			
La georeferenciación corresponde al la zona centro del Riobamba, las fotografías al informante y a los productos elaborados.			
11. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-06-01-50-000-11-000023_2.jpg		IM-06-01-50-000-11-000023_3.jpg	

24) Zapatería manual - Ambatillo, Tungurahua

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL			
BIENES INMATERIALES		CODIGO	
		IM-18-01-51-000-11-000024	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	Tungurahua	Cantón	Ambato
Parroquia	Ambatillo		
Localidad	Ambatillo		<input checked="" type="checkbox"/> Urbana <input type="checkbox"/> Rural

Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 760837 Y: (Norte) 9863477	Altitud: 3109
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Comunidad	Mestizo	Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales		
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	Peletería
Denominación: Zapatería manual - Ambatillo, Tungurahua			
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL			
		Descripción fotografía IM-18-01-51-000-11-000024_1.jpg	
3. DESCRIPCION			
<p>Ya desde la época colonial la curtiduría, la zapatería y la talabartería alcanzaron relevancia en Tungurahua; hacia mediados del siglo XVIII existían algunas curtiembres en Ambato, que producían suelas y derivados más finos, y esta ciudad concentraba también la confección de zapatos. En Pelileo y en Píllaro, aunque había también zapateros, se desarrolló especialmente la talabartería (Coba Robalino, 1929).</p> <p>Durante el siglo XIX estas industrias aumentaron considerablemente. En 1825 había en Amato 28 curtidores y 112 zapateros; en 1971, los curtidores eran 31 y los zapateros 316. Villavicencio observaba en 1958 que en Ambato "se curte las suelas y los cueros con bastante perfección; se halla muchos talleres de zapatería; el calzado, que es bien trabajado y abundante, se exporta a muchos lugares". El comercio que se realizaba desde la región hacia la costa, mediante las arrierías, se componía de manera importante por productos derivados del cuero.(Naranjo, 1992: 119-120)</p> <p>Según afirma Nicola (1960; 66-67) la zapatería fue desde el siglo XIX una de las industrias más generalizadas en la zona, y en determinadas épocas "puede decirse que Ambato calzaba a toda la república". Hacia mediados del siglo XX Ambato producía el mayor porcentaje del consumo nacional de zapatos (Costales, 1961:392).</p> <p>Varios son los pueblos de la provincia, aparte de Ambato, donde existe un número considerable de talleres dedicados a este rubro productivo, entre ellos Ambatillo.</p> <p>En esta parroquia un zapatero, da cuenta de esta tradición de la elaboración de zapatos y describe el proceso. Lo primero que se hace es plantillar, es decir hacer la planta, después se</p>			

<p>arma el zapato con clavos. Luego se hace un cerco en la suela y se cose a mano. Después se hace una corridita, y se vuelve a coser. A continuación, se pega con cemento de contacto, antes se lo hacía con almidón de yuca. Esta actividad se mantiene hace unos cuarenta años. Los zapatos de niño se elaboran primero con la fabricación de la plantilla, a continuación se hace un hueco en el escaipín, con por lo menos cincuenta clavos. Después se agrega el cáñamo, la corrida y finalmente se cose.</p>					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		Por la alta demanda de estos productos artesanales en el país se puede encontrar esta manifestación todos los días del año a excepción de domingos que es el único día que los artesanos descansan.			
Continua	X				
Ocasional					
Otro					
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Sánchez, Augusto	79 años	Artesano	Parque Central de Ambatillo	Ambatillo
Instituciones	INPC (Ficha IM-18-01-51-000-08-000207)	33 años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
<p>La zapatería es una de las principales actividades artesanales de la zona de Ambatillo donde los conocimientos de esta manifestación son transmitidos de generación en generación y convirtiéndose en una de las principales actividades que generan réditos económicos en la zona. Además los productos artesanales de esta zona son distribuidos a nivel nacional llevando en ellos la calidad de trabajo de los artesanos.</p>					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Según el entrevistado: "Ya no hay zapateros que trabajan a mano". Esta actividad, a pesar de mantenerse vigente, ya no es manual. Más bien han sido reemplazadas por maquinaria. Sin embargo, sería bueno tomar en cuenta que sigue teniendo vigencia simbólica e identitaria la fabricación de zapato en la zona.			
Media	X				
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Sánchez, Augusto	Parque central, frente a la iglesia	n/d	79	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		

Obtención de la piel animal.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.
9. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-18-01-51-000-11-000024_1.jpg			
10. OBSERVACIONES			
El informante fue artesano zapatera hace más de cuarenta años.			
11. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			

25) Elaboración de vestimentas religiosas - Ambato, Tungurahua

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-18-01-50-000-11-000025	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Tungurahua	Cantón	Ambato	Parroquia	Ambato
Localidad	Ambato			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana <input type="checkbox"/> Rural	
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 764703 Y: (Norte) 9862913		Altitud: 3438
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Textilería	
Denominación: Elaboración de vestimentas religiosas - Ambato, Tungurahua					

2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL



Descripción fotografía:

IM-18-01-50-000-11-000025_1.jpg

3. DESCRIPCION

En las fiestas religiosas populares del Ecuador, es parte de la tradición comprar, o mandar a confeccionar trajes para las imágenes religiosas que poseen las familias como agradecimiento o muestra de devoción a las representaciones, a quienes se les atribuye milagros. La familia de Mauricio Analuisa, de la parroquia 20 de Octubre, en la ciudad de Ambato, lleva 20 años en la tradición de la confección de vestidos para las imágenes del Niño Jesús.

Salen a la feria de Ambato a vender sus confecciones, cuando hay celebraciones al Divino Niño o la Virgen. Tienen mayor acogida sus confecciones, que incluyen capas, vestidos y sandalias, en la época navideña, pues en este tiempo son muy populares las misas en honor al Niño Jesús. Para la elaboración se usan materiales como: escarcha, mullos, hojitas, piel, tela de gamuza, hilo, forro, grecas que se pone en los vestidos. Se usa terciopelo en trajes más finos, hay otras telas ya estampadas, según lo que pide la gente, los trajes más elaborados llegan a valer 150 a 180 dólares y se usan para los santos y las vírgenes.

Para hacer un traje se demoran por lo menos 2 días, pues hay que coser y poner los mullos a mano. Tienen modelos y diseños únicos, inventados en la familia. Un traje grande se demora por lo menos una semana en confeccionar, hay que hacer cada detalle con cuidado, para trajes más grandes se ponen detalles más llamativos, ángeles más grandes, cálices más grandes. A veces se borda el terno. Mauricio destaca: " Mi mamá cose esto desde hace 20 años y nosotros le ayudamos colocando los mullos. En el taller estamos mi mamá, yo y otra persona. Empezamos a trabajar desde marzo para tener listo y entregar en la Navidad hasta febrero".

Fecha o periodo del evento	Detalle de la Periodicidad	
Anual		La familia se dedica con mayor énfasis a esta manifestación en los meses con mayor cantidad de fiestas religiosas como son de septiembre hasta febrero meses en los cuales la demanda es mayor, mientras que el resto de meses del año se trabaja en esta actividad con menos frecuencia.
Continua		
Ocasional		
Otro	X	

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Analuisa, Mauricio	30 años	Artesano	Ciudadela España	Ambato
Instituciones	INPC (Ficha IM-18-01- 50-000-08-000113)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Esta actividad no es importante sólo como sustento económico, sino también como una serie de competencias y conocimientos tradicionales transmitidos generacionalmente, en el que participan diferentes generaciones de una unidad familiar, la elaboración de los trajes da cuenta de los procesos de mestizaje y religiosidad popular existente entre la comunidad.					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		La venta de los trajes se asegura, cada navidad. Suponemos que en esta familia por lo menos, la tradición de la confección parece estar segura. No tenemos registro de cómo se mantiene esta manifestación en otras familias y de la representación que tengan estos conocimientos para la comunidad en general.			
Media					
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Analuisa, Mauricio	Cdla. España	n/d	30	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Fiesta religiosa del niño Jesús.	Usos sociales, rituales y actos festivos	Fiestas	Fiestas o ceremonias religiosas		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-18-01-50-000-11-000025_1.jpg IM-18-01-50-000-11-000025_2.jpg					
10. OBSERVACIONES					
n/a					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		
Registro fotográfico:					
12. ANEXO FOTOGRÁFICO					



IM-18-01-50-000-11-000025_2.jpg

26) Zapatería manual - Cuchibamba, Tungurahua

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL						CODIGO	
BIENES INMATERIALES						IM-18-01-50-000-11-000026	
DATOS DE LOCALIZACIÓN							
Provincia	Tungurahua	Cantón	Ambato	Parroquia	Cuchibamba		
Localidad	Barrio central			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural		
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 769453 Y: (Norte) 9873544		Altitud: 2664		
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN							
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español		
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales						
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito		Peletería		
Denominación: Zapatería manual - Cuchibamba, Tungurahua							
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL							
				Descripción fotografía IM-18-01-50-000-11-000026_1.jpg			

3. DESCRIPCION

Ya desde la época colonial la curtiduría, la zapatería y la talabartería alcanzaron relevancia en Tungurahua; hacia mediados del siglo XVIII existían algunas curtiembres en Ambato, que producían suelas y derivados más finos, y esta ciudad concentraba también la confección de zapatos. En Pelileo y en Píllaro, aunque había también zapateros, se desarrolló especialmente la talabartería (Coba Robalino, 1929).

Durante el siglo XIX estas industrias aumentaron considerablemente. En 1825 había en Amato 28 curtidores y 112 zapateros; en 1971, los curtidores eran 31 y los zapateros 316. Villavicencio observaba en 1958 que en Ambato "se curte las suelas y los cueros con bastante perfección; se halla muchos talleres de zapatería; el calzado, que es bien trabajado y abundante, se exporta a muchos lugares". El comercio que se realizaba desde la región hacia la costa, mediante las arrierías, se componía de manera importante por productos derivados del cuero.(Naranjo, 1992: 119-120)

Según afirma Nicola (1960; 66-67) la zapatería fue desde el siglo XIX una de las industrias más generalizadas en la zona, y en determinadas épocas "puede decirse que Ambato calzaba a toda la república". Hacia mediados del siglo XX Ambato producía el mayor porcentaje del consumo nacional de zapatos.

Varios son los pueblos de la provincia, aparte de Ambato, donde existe un número considerable de talleres dedicados a este rubro productivo, entre ellos Cunchibamba. . En esta parroquia, existen por lo menos 5 fábricas de zapatos, que no se ven exteriormente pero que operan en talleres familiares. No se requiere de almacenes por el hecho de que el producto, se vende directamente a otras ciudades del Ecuador. Wilson Acosta, zapatero de esta parroquia, indica que esta actividad la realizan en el clan familiar, desde que su bisabuelo aprendió este oficio, luego lo siguió su padre y actualmente don Wilson continúa con este trabajo. El proceso de fabricación del zapato es el siguiente:

El material para elaborar el calzado se compra en Ambato. Se corta el cuero según el modelo que se quiere de zapato, se coloca alrededor de la horma y se emplantilla, se pega la plantilla y luego se pega la suela. Se deja secar. Luego se pega el taco y una tapa de caucho, por último se pega otra plantilla con la marca. Para tener nuevos modelos se hace un nuevo dibujo y se corta el cuero según el modelo que se desee.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Por la alta demanda la periodicidad de esta manifestación se da todos los días del año incluso algunos domingos cuando se tiene que entregar grandes pedidos.
Continua	X	
Ocasional		
Otro		

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
------	--------	------------------------------	-------------------------------	-----------	-----------

Individuos	Acosta, Wilson,	46 Años	Artesano	Barrio central calle s/n	Cunchibamba
Instituciones	INPC (Ficha IM-18- 01-67-000-08- 000451)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Para los habitantes de esta parroquia, esta actividad es muy importante por considerarse una de las principales actividades artesanales de la zona. Esto ha generado que muchas familias comercialicen este conocimiento y se trabaje para obtener ganancias que son el sustento económico de sus familias. Según el entrevistado " Es el medio de vida de muchas familias que se dedican a la manufactura del calzado".					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta			Hay varias familias que se dedican a esta actividad. Las nuevas generaciones parecen estar interesadas en seguir manteniendo la tradición del trabajo de calzado. La actividad tiene importancia histórica e identitaria en la región.		
Media					
Baja		X			
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Moreno José	Barrio Central, calle S/N	n/d	46	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención de la piel animal.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-18-01-67-000-11-000026_1.JPG IM-18-01-67-000-11-000026_2.JPG IM-18-01-67-000-11-000026_3.JPG					
10. OBSERVACIONES					
Las fotografías corresponden a una de los talleres de confección de calzado, actualmente ya algo tecnificados.					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha De Registro:	10/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		
Registro fotográfico:					
12. ANEXO FOTOGRÁFICO					



IM-18-01-67-000-11-000026_2.JPG

IM-18-01-67-000-11-000026_3.JPG

27) Cobijas de lana –Quero, Tungurahua

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-18-06-50-000-11-000027	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Tungurahua	Cantón	Quero	Parroquia	Quero
Localidad	Quero			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 761113 Y: (Norte) 9844705		Altitud: 2965	
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito		Textilería	
Denominación: Cobijas de lana –Quero, Tungurahua					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
				Descripción fotografía IM-18-06-50-000-11-000027_1.jpg	

3. DESCRIPCION

En Tungurahua, como en otras áreas de la región andina ecuatoriana, la producción textil tiene antecedentes prehispánicos. Aun antes de su dominación por los incas, los grupos étnicos locales practicaron ciertas formas domésticas de producción textil, pero al parecer sin llegar a convertir a la zona en un centro textilero de importancia.

Las fuentes etnohistóricas muestran, en efecto que puruhaes y panzaleos producían tejidos poco elaborados y empleando métodos relativamente rudimentarios, y sugieren, por otro lado, que el desarrollo textil de la zona se inicia a partir de la dominación incaica mediante el reasentamiento en algunos puntos de la región de grupos mitimaes de origen sureño. Salasakas y collamas o (o cumbivilcas), éstos últimos reasentados en el área de Quero, habrían representado en área de Quero, habrían representado importantes fuentes de aprovisionamiento de ropas para el gobierno imperial. Los collamas de Quero se especializaron en la producción de "cumbi", ropa fina destinada a l uso de la nobleza y elaborada fundamentalmente de lana de llama (Medina et al, 1977: 84). Cabe señalar que en el actual territorio ecuatoriano, la producción del cumbi, y la presencia de llamas estaría vinculada a la dominación incaica, y que sólo en unas pocas áreas partículas de dicho territorio se habría desarrollado esta actividad especializada (Salomon, 1980), siendo Quero una de ellas. (NARANJO 1992;102)

Desde el siglo pasado, el tejido de cobijas de lana ha sido una especialidad de artesanos quereños: esta actividad no tuvo su mayor auge hacia mediados del siglo XX, decayendo notoriamente en las últimas décadas: mientras en los años 50 la producción de los tejedores de Quero alcanzaba a alrededor de 1000 cobijas semanales, en la actualidad no pasa de 20 unidades por semana.

Este agudo descenso de la producción, y el casi abandono de la actividad, es atribuido a la competencia de la industria y a la escasez de materia prima; varios informantes señalan que la desaparición de las grandes haciendas, a nivel provincial, trajo aparejada una drástica disminución en la producción de lana. Asimismo, la materia prima, ya escasa, era pagada a mejores precios por las fábricas textiles.

Tradicionalmente, la producción de la zona se localizó en Quero y en las comunidades de San Vicente y Llimpe. Lo predominante eran las unidades domésticas de producción, las mismas que trabajaban en su gran mayoría, "por encargo" de un pequeño grupo de comerciantes que controlaban la comercialización del producto. (IBID: 1992;104)

Con la disminución de la demanda y la elevación de los costos, los artesanos tejedores fueron retirándose de la actividad hasta quedar no más de una decena, la mayoría de ellos en San Vicente. (IBID: 1992;105)

En la actualidad son pocos los artesanos que se dedican a la elaboración de las cobijas, pues ésta actividad ha sido prácticamente complementada con la agricultura o en definitiva ha desaparecido. El consumo de las cobijas es mínimo entre los pobladores, y los artesanos fabrican las cobijas solamente bajo pedido. Aun así esta actividad se mantiene. El proceso de elaboración de las cobijas se inicia cortando la lana del borrego, luego se procede a hilar, para después torcer en un sigse, enmadejar, lavar, pintar y luego comenzar a tejer la cobija.

Según la entrevistada: "Mi padre era distribuidor y mandaba las cobijas en bulto a Quito,

<p>Cuenca y otras ciudades, incluso a España. Luego de ser tejida la cobija era cardada, perchada con cartón. La cobija era la unión de dos hojas (con esto el entrevistado quiere decir que debido a las dimensiones de la colcha no salía en una sola pieza, sino en dos piezas que luego eran unidas formando la cobija ya entera), porque en los tejares de esa época no alcanzaba el tamaño suficiente para una cobija. Había gente que se dedicaba exclusivamente a tejer la cobija de lana y entregaban el hilo tejido en lo que se llamaba jerga como paño rústico y mi papá le daba el acabado y el cardado. Era un proceso largo, unas personas se dedicaban a cortar la lana, otros a hilar, lavar y hacer los ovillos, había otros que compraban los ovillos y se dedicaban al urdido (que es el proceso para ubicar el tamaño del tejido y el diseño de la cobija) y luego mandaban al tejedor".</p>					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		<p>La periodicidad está ligada a la cantidad de materia prima que los artesanos pueden obtener para la fabricación de las cobijas así que es difícil determinar que épocas del año se puede encontrar a los artesanos elaborando estas manifestaciones.</p>			
Continua					
Ocasional					
Otro	X				
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Mayorga Elena	53 años	Artesano	Av. 17 de Abril Y Montalvo	Quero
Instituciones	INPC (Ficha IM-18-06-50-000-08-000135)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
<p>La elaboración de las cobijas de lana eran el medio de vida de muchas familias de Quero que se dedicaban a los diferentes procesos de la confección de éstas. Hoy en día la importancia como actividad económica ha disminuido drásticamente.</p>					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta	X	<p>Según el registrador: "Las cobijas importadas y las grandes fábricas como Vicuña desplazaron a las tradicionales cobijas de lana, actualmente ya nadie se dedica a tejer cobijas de lana". Sin embargo, por investigaciones realizadas en el proceso de normalización, se sabe que esta actividad aun se mantiene vigente aunque levemente. Las nuevas generaciones cada vez van perdiendo el interés en sostener el proceso, que lleva ya varios siglos de existencia, desarrollo y modificaciones en este sector.</p>			
Media					
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Mayorga Elena	Av. 17 de abril y Montalvo	N/D	53	Femenino	

8. ELEMENTOS RELACIONADOS			
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
Manejo de la fibra animal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.
9. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-18-06-50-000-11-000027_1.jpg IM-18-06-50-000-11-000027_2.jpg			
10. OBSERVACIONES			
n/a			
11. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			

28) Shigras – Sucre, Tungurahua

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL		CODIGO	
BIENES INMATERIALES		IM-18-05-53-000-11-000028	
DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia	Tungurahua	Cantón	Patate
Parroquia	Sucre (Patate-Urco)		
Localidad	Sucre (Patate-Urco)		X Urbana Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 776647 Y: (Norte) 9860261	Altitud: 2724
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Comunidad	Salasaka	Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales		
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	Textilería
Denominación: Shigras – Sucre, Tungurahua			

2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL

	Descripción fotografía IM-18-05-53-000-11-000028_1.jpg
---	--

3. DESCRIPCION

Sin ser un oficio muy antiguo, el tejido en agujetas y a crochet es una actividad muy difundida en algunas zonas de la provincia. Destacan en este campo las mujeres del grupo Salasaka, en la parroquia Sucre de la provincia de Tungurahua, debido a que se la efectúa como una actividad paralela de las labores agrícolas. Para hacer una shigra se requiere del material principal para su elaboración: antiguamente esta materia prima era la cabuya (la fabricación de artículos de cabuya en épocas pasadas correspondió "a una franja del territorio que cubría Picaihua, Totoras, hasta Pelileo, incluyendo el territorio salasaka donde el penco abunda dada la aridez de buena parte de sus territorios) pero en la actualidad en esta zona se teje en hilo sintético, son varias las mujeres de la localidad de Sucre quienes han aprendido el arte de tejer y que con sus hábiles manos son capaces de diseñar modelos propios o copiados. Cabe resaltar que esta actividad la realizan como complemento de sus actividades diarias es decir solo se dedican al tejido en sus horas libres.

La elaboración de las diferentes obras se trabaja por encargo: reciben la lana de la persona que solicita la obra, indicaciones respecto al tipo de trabajo que esta requiere, y cobran por la hechura. Muchas de estas tejedoras producen también otras piezas para el autoconsumo de la unidad domestica.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Se lleva a cabo esta actividad artesanal solamente cuando existe algún pedido o encargo de algún conocido o cuando se tiene un dinero extra para comprar lana y elaborar alguna obra para el propio hogar.
Continua		
Ocasional	X	
Otro		

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Guambo, Rebeca.	40 años 25 años en la actividad	Artesano	Centro parroquial.	Sucre

Instituciones	INPC (Ficha IM-18-05-53-000-08-001200)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
La importancia es baja ya que son pocos los trabajos que se realizan y la paga es muy mala ya que al ser un trabajo hecho a mano el tiempo que toma elaborar cada cartera es muy largo y muchas veces comparando la paga obtenida por el esfuerzo realizado no vale la pena.					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta			A pesar que la gran mayoría de mujeres de la zona sabe tejer la sensibilidad al cambio es media porque es un trabajo muy laborioso pero poco apreciado en nuestro medio.		
Media		X			
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Guambo, Rebeca	Centro parroquial.	n/d	39	Femenino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
n/a	n/a	n/a	n/a		
9. ANEXOS					
Fotografías		Videos	Audio	Texto	
IM-18-05-53-000-11-000028_1.jpg IM-18-05-53-000-11-000028_2.jpg					
10. OBSERVACIONES					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		
Registro fotográfico:					
12. ANEXO FOTOGRÁFICO					
					
IM-18-05-53-000-11-000028_2.jpg					

29) Shigras – Benítes, Tungurahua

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-18-07-51-000-11-000029	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Tungurahua	Cantón	San Pedro de Pelileo	Parroquia	Benites (pachanlica)
Localidad	Centro			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 773785 Y: (Norte) 9861830		Altitud: 2541
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Salasaka			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Textilería	
Denominación: Shigras – Benítes, Tungurahua					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
			Descripción fotografía IM-18-07-51-000-11-000029_1.jpg		
3. DESCRIPCION					
<p>Otra artesanía tradicional en la provincia de Tungurahua es la fabricación de artículos de cabuya, tales como sogas, costales, hamacas, cuerdas, bolsos o shigras, etc. En épocas pasadas, esta actividad correspondió " a una franja de territorio que cubría Picaihua, Totoras hasta Pelileo, incluyendo el territorio salasaka donde el penco abunda dada la aridez de buena parte de estos territorios (Ibarra; 1989: 136); citando un informe del Jefe Político de Pelileo, de 1885, Ibarra muestra que en Picaihua la elaboración de la cabuya era una ocupación de campesinos e indígenas, mientras que en Pelileo "es la industria más común entre los indígenas: de ella fabrican sogas, sacos y tejidos para pavimentos, que pintado o hechos de hilos teñidos de colores equivalen a una buena alfombra" (ibid).</p> <p>Hasta finales del siglo XIX, la elaboración de artículos de cabuya mantuvo su carácter exclusivamente artesanal y se desarrolló en el marco de unidades domésticas de producción. La obtención de la fibra resultaba de procedimientos simples desde el punto de vista tecnológico, el hilado se realizaba manualmente, para la confección de tela se utilizaba telares de cintura, y la tintura de los hilos, cuando era necesaria, se obtenía a través del uso de productos vegetales.</p>					

Para la elaboración primero se debe torcer la cabuya a mano para formar los hilos con los que se tejerá la shigra. Luego se pasa en la aguja el hilo de la cabuya y se realiza un círculo con el hilo, alrededor de lo cual se realizan las primeras puntadas que mientras avanzan lentamente, se va formando la base circular de la shigra. El espacio que va quedando entre puntada y puntada sirve de base para las puntadas posteriores, y para formar las figuras que pueden ser peines, orejitas, ladrillos, etc.

Se cambian los colores de la cabuya, y tejiendo siempre en forma circular se va formando la shigra. Luego para culminar le cogemos cuatro cabuyas para hacer la trenza y poner los cuatro guatos (agarraderas) que van cocidos a la shigra.

A comienzos del siglo XX surgió un incipiente proceso de industrialización de la cabuya, que fracasó. En la actualidad la actividad cabuyera presenta una mayor dispersión que en el pasado y por otra parte cierta tendencia hacia la especialización. No obstante, se mantiene una relativa concentración de artesanos cabuyeros en Picaihua y en la zona de Pelileo. (NARANJO; 1992: 129)

Tradicionalmente el tejido o elaboración de la shigra era labor de las mujeres en las comunidades Salasaka de Benítez en la provincia de Tungurahua. Actualmente de la elaboración de las shigras están encargados tanto hombres como mujeres. La confección de shigras es una actividad secundaria que se realiza cuando existe tiempo libre de las actividades principales como la agricultura, la ganadería, el cuidado de los animales o el de la casa, actividades más importantes según la comunidad. Un buen tejedor se puede demorar un mes, dedicándole los ratos libres a la realización de esta actividad. El tejido se hace con hilo de cabuya y el teñido actualmente se hace con anilinas. La shigra es una bolsa tejida, con hilo de cabuya de colores se va tejiendo con una sólo aguja, como se teje el croché mientras se da la vuelta, se va urdiendo y se tejen los puntos hasta arriba. Antiguamente se usaba para cargar las semillas durante la siembra y también se vendían a Ambato.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Esta actividad se realiza en el tiempo libre de los artesanos.
Continua		
Ocasional		
Otro	X	

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Chicaisa, Edelina	75 años 50 años en la actividad	Artesano	Al lado de la escuela Chiquicha	Benites
Colectividades	INPC (Ficha IM-18-07-51-000-08-000142)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba

5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

La importancia de las actividades artesanales, radica en que son el resultado del paso generacional de conocimiento, desarrollo de habilidades, de carácter esencialmente manual, transmitidas dentro de un grupo familiar, que en este caso, son los indígenas Salasakas. Además tiene importancia porque se constituye en un elemento de sostenimiento económico para los grupos familiares salasakas. Según lo indica la entrevistada: "Significaba una fuente de ingreso económico porque era una artesanía que se vendía en Ambato".

6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO

Alta		Según lo indica la entrevistada, la elaboración de shigras: "Es una actividad secundaria". Sin embargo está vigente. El proceso productivo da cuenta de una serie de actividades en las que participan los núcleos familiares, y que requieren destrezas y habilidades que han sido transmitidas generacionalmente desde tiempos prehispánicos. Por ello su valor simbólico e identitario.
Media	X	
Baja		
Manifestaciones vigentes		
Manifestaciones vigentes prioritarias		
Manifestaciones de la memoria		

7. INTERLOCUTOR (ES)

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Chicaisa, Edelina	Al lado de la escuela Chiquicha	n/d	75	Femenino

8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
Manejo de la fibra vegetal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.

9. ANEXOS

Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-18-07-51-000-11-000029_1.jpg IM-18-07-51-000-11-000029_2.jpg			

10. OBSERVACIONES

Coordenadas GPS de la Junta Parroquial. La imagen corresponde al informante.

11. DATOS DE CONTROL

Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	15/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			

12. ANEXO FOTOGRAFICO



IM-18-07-51-000-11-000029_2.jpg

30) Muebles tallados de Guambaló

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					CODIGO	
BIENES INMATERIALES					IM-18-07-57-000-11-000030	
DATOS DE LOCALIZACIÓN						
Provincia	Tungurahua	Cantón	San Pedro de Pelileo	Parroquia	Guambaló	
Localidad	Guambaló			Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural	
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 775044 Y: (Norte) 9845659		Altitud: 2884	
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español	
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales					
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Ebanistería		
Denominación: Muebles tallados de Guambalo						
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL						
				Descripción fotografía IM-18-07-57-000-11-000030_1.jpg		
3. DESCRIPCION						
<p>Dentro de la provincia de Tungurahua, la localidad de Quero tuvo especial importancia en lo que se refiere al trabajo de la madera. En la época colonial los carpinteros de esta localidad fueron apreciados y objetos de trato preferencial al punto que varios artesanos fueron exentos del cumplimiento de la mita y de otras obligaciones tributarias en virtud de su especialización en la carpintería y lo mismo ocurría con otros artesanos quereños. Los bienes que estos producían eran de gran calidad y abarban camas, baúles, escritorios, cajas, platos de madera, etc.</p> <p>Durante el siglo XVIII la dedicación de la población quereña a la artesanía de la madera fue decayendo progresivamente. Aun así a mediados del siglo XIX Quero aun mantenía cierta especialización en la elaboración de productos de madera, dentro de los cuales destacan las afamadas cucharas de palo. En esta época es cuando empiezan a surgir gremios de carpinteros en las zonas aledañas como en pillarlo, San Miguelito y Guambaló sitios donde la carpintería fue adquiriendo cierto prestigio. En la actualidad en pueblo de Guambaló es reconocido a nivel nacional como el principal productor de muebles de la Sierra centro. Incluso la mayoría de sus 13 000 habitantes está vinculada con los 150 talleres y 70 almacenes donde se manufacturan y se</p>						

expenden muebles de todo tipo y valor. El Centro Artesanal Guambaló (Cenarhu) es la principal organización que agrupa a los artesanos e incluye a 40 productores. Esta agrupación cuenta con un centro de exposiciones permanente, que es uno de los sitios más visitados de este poblado.

La elaboración comienza primero con la realización de la plantilla (modelo del dibujo o diseño) y a continuación se procede a dibujar en la madera y desbastar (delinear el diseño en la madera), en partes que se puede poner con el tupí de mano y en partes con los formones. A continuación se comienza el pulido (aislado). Después se lijan los muebles, se masilla con la mezcla del mismo polvo de la madera. El siguiente paso es lijar nuevamente, masillar y pasar el sellador. Un último proceso de lijado sobre los muebles para corregir todas las irregularidades de la madera hasta que quede sin ningún hueco. Otra pasada del sellarlo con soplete, se lija y a continuación se da el color deseado. El lacado mate, semimate o brillo ese es el terminado del mueble. El tipo de muebles que se fabrican son: muebles de sala, comedor, dormitorios todos de lujo y con finos acabados, de diferentes estilos, clásicos, modernos, todo de acuerdo al requerimiento del cliente.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Debido a la alta demanda de los muebles de la zona esta actividad se ha convertido en la principal fuente de ingresos de la zona y su periodicidad es los 365 días del año ya que siempre se encuentra a los artesanos trabajando en esta actividad.
Continua	X	
Ocasional		
Otro		

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Velasco, Kleber	31 años 13 años en la actividad	Artesano	Barrio San José	Guambaló
Instituciones	INPC (Ficha IM-18-07-57-000-08-000910)	33 Años	N/D	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba

5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

Las competencias y habilidades desarrolladas generacionalmente dentro de los núcleos familiares tienen un alto valor simbólico para la comunidad. Además el elemento se proyecta como una cuestión valorada económicamente a nivel comunitario, según lo indica el entrevistado: "Es la principal fuente de ingresos de la parroquia".

6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO

Alta		La mayoría de la población se dedica a esta actividad, los conocimientos se siguen transmitiendo generacionalmente, por lo que la manifestación adquiere un nuevo nivel significativo para los pobladores del lugar. Por ello, pretenden seguir con esta actividad y usarla como elemento
Media		
Baja	X	
Manifestaciones vigentes		
Manifestaciones vigentes		

prioritarias		de sostén económico para sus familias.		
Manifestaciones de la memoria				
7. INTERLOCUTOR (ES)				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Velasco, Kleber	Barrio San José	N/D	31	Masculino
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
Obtención y tratamiento de la madera	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.	
9. ANEXOS				
Fotografías	Videos	Audio	Texto	
IM-18-07-57-000-11-000030_1.jpg IM-18-07-57-000-11-000030_2.jpg IM-18-07-57-000-11-000030_3.jpg				
10. OBSERVACIONES				
La georeferenciación corresponde al domicilio del informante y las fotografías al informante				
11. DATOS DE CONTROL				
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	12/12/11	
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo			
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:				
12. ANEXO FOTOGRÁFICO				
				
IM-18-07-57-000-11-000030_2.jpg		IM-18-07-57-000-11-000030_2.jpg		

31) Tapices salasakas – Salasaca, Tungurahua

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-18-07-58-000-11-000031	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Tungurahua	Cantón	San Pedro de Pelileo	Parroquia	Salasaca
Localidad	Centro artesanal			Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 769518 Y: (Norte) 9853878			Altitud: 2727
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Salasaka			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Textilería	
Denominación: Tapices salasakas – Salasaca, Tungurahua					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
			Descripción fotografía IM-18-07-58-000-11-000031_1.jpg		
3. DESCRIPCION					
<p>Entre los salasacas, la producción textil se remonta, cuando menos, a la época de su asentamiento en la región del Tungurahua, incluso antes de la época incaica. La confección de los atuendos para cubrirse el cuerpo, tenía figuras relacionadas al entorno y a la naturaleza, también tenía diseños relacionados con la cosmovisión como de la cotidianidad de su épocas y figuras geométricas de algunas montañas, valles y otras figuras más. Las prendas que mayor detalles tenían dentro de su contextura eran para el uso exclusivo del Inka, la Ñusta y las Pallas.</p> <p>En gran medida, la artesanía textil salasaca se mantuvo, hasta mediados del siglo pasado, completamente al margen de la producción y de la circulación capitalista. Bayetas, jergas, chumbis y ponchos eran elaborados al interior de las familias y destinados al autoconsumo o al intercambio interfamiliar, y la materia prima se obtenía de los propios rebaños de ovejas. Los salasacas siempre estuvieron desvinculados respecto a los mercados regionales. Los telares eran también confeccionados por ellos mismos, además tejían hábilmente la cabuya y se proveían de alimentos del trabajo agrícola de sus parcelas.</p>					

Es en este contexto de aislamiento estratégico que debe entenderse como el desarrollo de la producción textil del pueblo salasaca. Producir por sí mismos sus herramientas y sus ropas representaba parte de esa estrategia, dentro de la cual la familia y los intercambios interfamiliares sustentaban la autorreproducción. (NARANJO; 106: 1992)

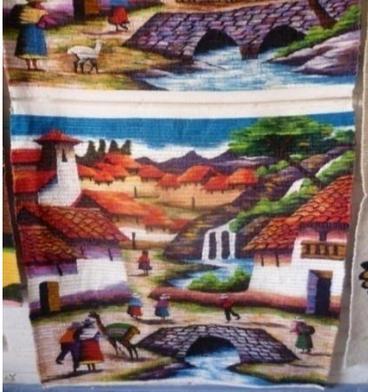
Hoy en día, los textiles salasacas están destinados principalmente al uso doméstico y para la venta externa, lo que les ha producido réditos económicos considerables, que ha permitido mejorar la economía de la zona donde habitan.

El Tapiz Salasaca para su comercialización surge hace cuatro décadas, por cuanto con el programa norteamericano de Cuerpo de Paz se comienza con la comercialización en los mercados locales y entra como un producto de decoración e utilización múltiple. Actualmente se trabaja mucho el tapiz en Otavalo, pero, es de gran diferencia con el Tapiz Salasaca porque el de Otavalo no tiene los detalles que tienen las figuras como en su tupido, no son trabajados con lana de borrego, sus colores no son firmes ni son de igual resistencia; por ello la diferencia es bien marcada si se lo analiza detenidamente. Al inicio la producción salasaca destinada a la comercialización tenían una mayor proporción del tapiz era de un solo color y en las partes de sus extremos tenían figuras muy pequeñas, estas figuras eran multicolores, los colores eran tenidos con pigmentos naturales de la localidad basados en el conocimiento ancestral. El incremento de la comercialización del tapiz ha traído como consecuencia la desaparición del diseño tradicional salasaca siendo en la actualidad muy pocos los diseños autóctonos que aún se conservan. Esta pérdida de los diseños propios resultaría de las presiones del mercado que expresan los gustos estéticos de los consumidores e implican la paulatina degradación de un rico simbolismo y de una particular visión del mundo. Otra consecuencia es la notable alteración de los roles tradicionales de género en el campo de la artesanía ya que en el pasado esta actividad era propia del hombre y hoy no hay distinción de género en esta actividad.

El tapiz salasaca está compuesto de una fibra vertical de algodón e hilo de lana de borrego. El hilo de lana es el que da toda la consistencia del Tapiz, por lo cual este es teñido de varios colores y utilizado para dar las figuras que está dentro del tapiz; los tintes en la actualidad se da con anilinas de compuesto químicos, ya que los pigmentos que se utilizaban en la antigüedad para tinturar las prendas de vestir se han extinguido y además se necesita en proporciones considerables para la cantidad de lana que se utilizan en el trabajo artesanal de los tapices.

El proceso del tejido comienza con el urdido del algodón (ordenar el hilo en filas en un cubo de madera), luego se pasa el algodón al telar manual en hileras formando dos mallas en medio de las cuales se coloca la lana, las dos mallas de algodón son la base sobre la cual se teje y tiene la forma y tamaño del diseño. Para empezar a tejer se pasa la lana en medio de las dos mallas de algodón y se pasa el peine (pieza del telar que cruza las hileras de algodón para sujetar la lana) que cruza de arriba hacia abajo las dos mallas de algodón, quedando la lana en medio de las dos por lo que se debe templar duro para que las hileras de lana queden bien juntas. Este proceso se continua pasando la lana de un lado a otro hasta cubrir toda la base de hilo de algodón, para las figuras se escoge los colores, el diseño y se introduce en el medio el algodón y se va ajustando con el peine hasta concluir el tapiz.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		A pesar de que a partir de la dolarización las ventas decrecieron casi a la mitad en relación a años anteriores debido principalmente al incremento de los precios de la materia prima y del incremento de sueldos y salarios aun se comercializa los tapices en los principales lugares turísticos del país y del exterior, por lo que todos los días del año se encuentra vigente esta manifestación.			
Continua	X				
Ocasional					
Otro					
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Jerez, Mariano	44 años 20 años de actividad	Presidente de la Junta Parroquial y Propietario de taller artesanal	Salasaka Centro	Salasaka
Instituciones	INPC (Ficha IM-18-07-58-000-08-000911)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
La producción textil en el pueblo salasaka ha sido desarrollada por varios años de asentamiento en este lugar. En el contexto aislado en el que este grupo ha vivido, ellos han producido sus propias herramientas y desarrollado estrategias únicas para la elaboración de tejidos. Además esta forma de trabajo ha sustentado los intercambios interfamiliares, y hoy en día la economía familiar, pues la venta de tejidos deja réditos económicos entre las familias. Según lo indica el entrevistado: "Los tejidos son una de las principales fuentes de ingreso de muchas familias de la comunidad".					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Aunque los tejidos se realizan permanentemente, el trabajo artesanal va siendo desplazado por la industria. Las nuevas generaciones han crecido en un diferente contexto social, más abierto a nuevos elementos exteriores, como máquinas y en general, nuevos conceptos de tejido que siguen siendo reproducidos en los tapices.			
Media	X				
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Jerez, Mariano.	Plaza de Arte del pueblo Salasaka (vía a Baños)	2748-948	44	MASCULINO	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Manejo de la fibra animal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		

el universo.			
9. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-18-07-58-000-11-000031_1.jpg IM-18-07-58-000-11-000031_2.jpg IM-18-07-58-000-11-000031_3.jpg IM-18-07-58-000-11-000031_4.jpg			
10. OBSERVACIONES			
La georeferenciación corresponde al taller del informante y las fotografías a diferentes partes del proceso de elaboración			
11. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-18-07-58-000-11-000031_2.jpg	IM-18-07-58-000-11-000031_3.jpg	IM-18-07-58-000-11-000031_4.jpg	

32) Elaboración de Instrumentos musicales de madera – San Miguelito, Tungurahua

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
				IM-18-08-57-000-11-000032	
BIENES INMATERIALES					
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Tungurahua	Cantón	Santiago de Pillaro	Parroquia	Benítes
Localidad	Centro		X Urbana		Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 739983 Y: (Norte) 9866740		Altitud: 2847
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					

Comunidad	Salasaka	Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales		
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	Ebanistería
Denominación: Elaboración de Instrumentos musicales de madera – San Miguelito, Tungurahua			
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL			
		Descripción fotografía IM-18-08-57-000-11-000032_1.jpg	
3. DESCRIPCION			
<p>Existen docenas de artesanos ejemplares dedicados a actividades artesanales. Un ejemplo de ello es don Efraín Galárraga, quien hace varios años está dedicado a la elaboración de instrumentos musicales de cuerda. Él es la tercera generación de ebanistas, dedicados a ésta tarea en la parroquia San Miguelito de la provincia de Tungurahua. Ésta es su relato:</p> <p>"El ebanista propiamente dicho nace del nombre de la madera de ébano, que era la madera que se utilizaba para hacer las guitarras; ahora se mezclan con otras buenas maderas como el pino mil líneas. Yo tengo ya cuarenta años de profesión, soy tercera generación de ebanista, desde mi abuelo, mi padre y nosotros, mis hermanos y yo, pero antes la hechura de la guitarra era a mano, no existían las máquinas eléctricas, así que la cortada o lo que era para sacar las tapas, tocaba hacer con serrucho y se hacía entre dos personas, estos serruchos ya se han perdido, ya han sido remplazados, igual todo ha ido cambiando, así como antes las clavijas por ejemplo eran diferentes, de madera, tocaba torneár la madera y en gran cantidad, se hacían por miles; estas clavijas son las que se ponen arriba en las guitarras para poder tensar las cuerdas.</p> <p>También con el serrucho y el martillo tocaba ir viendo lo que hacía el maestro, para ir aprendiendo y lo que sí solamente nos fue dado a nosotros como familia y herederos de este arte por mi papá, fueron los trucos para las guitarras finas, los secretos como se dice. Todo empezó a mejorar mientras íbamos creciendo, con libros e investigaciones sobre las guitarras, la manufactura de las cajas de las guitarras, por ejemplo, que son las que dan el sonido, y depende también del tipo de madera, ahora se mezclan con otras buenas maderas que se utilizan en las tapas superiores y también con ébano en la tapa inferior y en los laterales además de el mango de la guitarra y dónde van los encorches. Aquí se ha fabricado también no sólo guitarras sino bandolines, violines, violonchelos, arpas y charangos".</p>			
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad	
Anual		Actualmente se fabrica bajo pedidos o en ocasiones se puede encontrar al artesano elaborando guitarras finas que tendrá disponible hasta que alguien pague el precio justo por ella caso contrario el fabricante no la vende.	
Continua			
Ocasional			

Otro	X				
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Galarraga, Efraín,	42 años	Artesano	Barrio San Juan s/n	Benítes
Instituciones	INPC (Ficha IM-18-08-57-000-08-000009)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Pues por el poco interés del oficio, parece ya no tener importancia para la comunidad, la gente prefiere trabajar en oficinas y ya no en estos oficios de artesanos, además también se sigue manteniendo poco la tradición entre las personas que han migrado porque todavía regresa de vez en cuando algún hijo de un migrante de la zona preguntando por el ebanista de San Miguel					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta	X	Ha ido desapareciendo a través del tiempo de 50 talleres que había antes ahora no se llegan a 5 talleres. Ya no hay nuevo personal en el oficio			
Media					
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Lara Arcos, Luis	Barrio San Juan s/n	N/D	42	masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención y tratamiento de la madera	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
9. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-18-08-57-000-11-000032_1.jpg IM-18-08-57-000-11-000032_2.jpg IM-18-08-57-000-11-000032_3.jpg					
10. OBSERVACIONES					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	19/12/11		

Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-18-08-57-000-11-000032_2.jpg		IM-18-08-57-000-11-000032_3.jpg	

33) Artesanías artísticas en bordado – Simiátug , Bolívar

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
BIENES INMATERIALES				CODIGO	
				IM-02-01-59-000-11-000033	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Bolívar	Cantón	Guaranda	Parroquia	Simiátug
Localidad	Simiátug			urbana	x rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) Y: (Norte)		Altitud: 3250
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Kichwa			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Textilería	
Denominación: Artesanías artísticas en bordado – Simiátug , Bolívar					
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
			Descripción fotografía		
			IM-02-01-59-000-11-000033_1.jpg		
4. DESCRIPCION					

En 1986, para las jóvenes todavía no había oportunidades de formarse fuera de su familia y comunidad. Muchas chicas no eran mandadas a la escuela y la gran mayoría de las que eran mandadas solo llegaban hasta el tercer año de primaria. No se movían en los espacios públicos ni organizativos. No tenían ni derecho, ni capacidad de tomar decisiones en cuanto a su vida personal, antes de haber comprobado su fertilidad y haber sido casadas.

Con Gabriella Martinelli, voluntaria italiana de ‘Matogrosso’, algunas jóvenes de las familias más abiertas se reunieron para tejer; con estos primeros círculos de mujeres jóvenes inició la difusión de reflexiones, capacitaciones y temas vitales para la Mujer; animándoles a algunas de ellas en hacerse líderes en la formación y organización de las demás compañeras. Hasta que en 1987, el Padre. Sandro y la Sra. Cornelia Kammermann consiguieron la venida de un primer equipo de Hermanas Salesianas de las Hijas de María Auxiliadora y la construcción del CENTRO DE CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DE LA MUJER, CMU. En la actualidad la empresa es reconocida con el nombre “Asociación De Desarrollo Integral Simiatug Samai” y abrió sus puertas en el año 2000 en la actualidad cuenta con 700 socias de 32 de las 42 comunidades de la parroquia y 6 operarias permanentes que son las que se encargan de los toques finales de las piezas artesanales las mismas que son trabajadas por las socias en sus respectivas comunidades mientras se dedican a sus actividades diarias como pastorear al rebaño o dedicarse a las actividades del hogar.

La calidad y belleza de las piezas artesanales le ha hecho acreedora a esta asociación de varios premios y reconocimientos entre ellos el otorgado por la “Fundación Crisfe” donde gano el primer lugar en el concurso de emprendimiento EmprendeFe 2009. (<http://www.simiatug.com/artistico/nuestra-historia>)

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Por la alta demanda de los diferentes productos artesanales en especial en el mercado europeo el taller de producción se encuentra abierto de lunes a sábado y en ocasiones los domingos a excepción de días festivos.
Continua		
Ocasional		
Otro	X	

5. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Lucintuña, Narcisa	23 años	Coordinación	Nato Gross y Barragán	Simiatug
Instituciones	Asociación de Desarrollo Integral Simiatug Samai	10 años		Nato Gross y Barragán	Simiatug

6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

Desde la apertura de la Asociación Simiatug Samai las socias que se han ido sumando a la compañía reciben un dinero extra mensuales por sus trabajos, este dinero a pesar de que no las saca de la pobreza les ayuda como ingreso extra muy útil para usarlo en las necesidades

primordiales de la casa; de igual manera la parroquia y comunidad ha visto cambios que han mejorado la calidad de vida de la parroquia y sus comunidades.				
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO				
Alta		La empresa está surgiendo vertiginosamente y dan empleo directo e indirecto a muchas mujeres de las comunidades a pesar de que en el país las empresas y parroquia son poco conocidas en países como Italia y Suiza los productos artesanales son bien cotizados. La Asociación Simiatug Samai tiene apenas 10 años de vida y espera incrementar sus ventas con el transcurso de los años incrementando del mismo modo la calidad de vida de los pobladores de la parroquia.		
Media				
Baja	X			
Manifestaciones vigentes				
Manifestaciones vigentes prioritarias				
Manifestaciones de la memoria				
8. INTERLOCUTOR (ES)				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Lucintuña, Narcisa	Nato Gross y Barragán	032223076	23	Femenino
9. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
Manejo de la fibra vegetal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.	
10. ANEXOS				
Fotografías	Videos	Audio	Texto	
IM-02-01-59-000-11-000033_1.jpg IM-02-01-59-000-11-000033_2.jpg IM-02-01-59-000-11-000033_3.jpg				
11. OBSERVACIONES				
n/a				
12. DATOS DE CONTROL				
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	30/12/11	
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo			
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:				
13. ANEXO FOTOGRÁFICO				
				
IM-02-01-59-000-11-000047_2.jpg		IM-02-01-59-000-11-000047_3.jpg		

34) Artesanías en tagua –La Mana, Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
				CODIGO	
BIENES INMATERIALES					
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	La Mana	Parroquia	La Mana
Localidad	Puembo			Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 697408 Y: (Norte) 9895872		Altitud: 223
1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Artesanía en semillas	
Denominación: Artesanías en tagua –La Mana, Cotopaxi					
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
			Descripción fotografía IM-05-02-02-000-08-000034_1.jpg		
3. DESCRIPCION					
<p>Richard Acurio es trabajador de la tagua en La Maná, provincia de Cotopaxi. La tagua, es el nombre común que se da a la semilla de la palma <i>Phytelephas macrocarpa</i>, y a la que se le da variadas formas y colores, según la habilidad del artesano.</p> <p>La tagua con la que se realizan las artesanías en la Maná, se cultiva en Pucayacu, Guasaganda, El Palmar, El Negrillo y Cerro del Oso. Son pocos los artesanos que todavía trabajan en tagua. Según afirma el entrevistado, la gente no le toma atención a esta semilla. Las plantas con las que trabaja este artesano tienen alrededor de 50 años. Se cosecha la semilla y se la deja secar. El trabajo es realizado manualmente, ayudado con una sierra. Mientras más seca está la semilla se descascara más rápido. Se elabora collares de alto relieve, otras con dremel, calados, también pipas, entre otros. Richard cuenta que falta apoyo para el turismo en La Maná, lo que repercute en el trabajo artesanal. Según el sentir del artesano, igual que muchos otros personajes</p>					

dedicados a esta profesión, la gente no valora lo que hay en el cantón, porque no lo conoce. El cantón es productor de tagua que es llevada a otro lado y no se beneficia la gente del mismo sector. Este hombre no desea ayuda, solo que las autoridades se encarguen de incentivar el turismo que está abandonado en la zona.					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		En la tienda artesanal del entrevistado se lo puede encontrar elaborando sus productos la mayor parte del año incluso días festivos y domingos a excepción de los días que sale a entregar pedidos.			
Continua	X				
Ocasional					
Otro					
4. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Acurio, Richard	31 años	Artesano	Av. Quito y Carlos Lozada	Puembo
Instituciones	INPC (Ficha IM-05-02-02-000-08-000073)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Según el entrevistado: "La artesanía da un sentido de identidad a la zona a la que pertenece". Por lo que concluimos, que las actividades y conocimientos sobre el trabajo artesanal de la tagua, son importantes para la comunidad pues dan cuenta de las habilidades de los artesanos, y los conocimientos transmitidos generacionalmente de padres a hijos. Además de la fuerza simbólica del uso de los elementos del medio ambiente.					
6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta	X	Según el entrevistado "falta de incentivo en la población en la parte artesanal y de promoción turística, lo que impide que el trabajo artesanal crezca". Lo que nos hace pensar, que a pesar de la trascendencia del conocimiento, éste está perdiendo su vigencia por la falta de interés de los mismos habitantes, quienes no ven su conocimiento y habilidades, como una forma de subsistencia.			
Media					
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
7. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Acurio, Richard	Al lado del hotel Soomag. Av. Quito y Carlos Lozada	n/d	31	Masculino	
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención de la semilla de tagua.	Conocimientos y usos relacionados	Agrodiversidad	n/a		

	con la naturaleza y el universo.		
9. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-05-02-02-000-08-000034_1.jpg IM-05-02-02-000-08-000034_2.jpg IM-05-02-02-000-08-000034_3.jpg			
10. OBSERVACIONES			
n/a			
11. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-05-02-02-000-08-000034_2.jpg		IM-05-02-02-000-08-000034_3.jpg	

35) Elaboración de tabacos –La Mana, Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
BIENES INMATERIALES				CODIGO	
				IM-05-02-50-000-08-000035	
DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	La Mana	Parroquia	La Mana
Localidad	Puembo			Urbana	X
				Rural	

Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 697408 Y: (Norte) 9895872	Altitud: 223
1. Datos de identificación			
Comunidad	Mestizo	Lengua	ESPAÑOL
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales		
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	Otros
Denominación: Elaboración de tabacos –La Mana, Cotopaxi			
2. FOTOGRAFIA REFERENCIAL			
		Descripción fotografía IM-05-02-50-000-08-000035_1.jpg	
3. DESCRIPCION			
<p>La Maná es el sexto cantón de la provincia de Cotopaxi. Yace al pie de las estribaciones occidentales de la cordillera, precisamente en la zona noroccidental de esta provincia. Su privilegiada ubicación, en un punto de transición entre la sierra y la costa, le han conferido características especiales en cuanto a su clima, biodiversidad, hidrografía y relieve.</p> <p>El cantón La Maná está localizado en la región natural occidental de las estribaciones externas de la cordillera de Los Andes, en la provincia de Cotopaxi. Se ubica en la zona templada subtropical entre los 200 y 1150 msnm. Está situada a unos 150 Km de Latacunga, capital de la provincia, siendo una zona importantísima del país en producción agrícola, ganadera, turística y cultural.</p> <p>La vegetación está comprendida mayoritariamente por la tropical y la subtropical hacia los pisos más altos formando un tipo mixto con predominio de las formaciones vegetales típicas del bosque húmedo tropical y la subtropical con las formaciones vegetales de la región subandina.</p> <p>Los cultivos son de carácter subtropical, especialmente de caña de azúcar, café y cítricos. (FUENTE: ww.visitaecuador.com)</p> <p>El tabaco también es un producto abundante en la región. De allí, que algunos pobladores se han dedicado a la producción en altas cantidades, convirtiendo la actividad de sembrado y producción de tabaco refinado, en una empresa que representa ingresos para la gente que trabaja en ello.</p> <p>El ingeniero agrónomo Gustavo Hoyos, relata que la Tabacalera San Juan lleva el sello CASJUCA: que significa Corporación Agrícola San Juan. Ellos se dedican a la producción</p>			

agrícola de la hoja de tabaco la misma, que luego de producirla, las mujeres se encargan de procesarla por medio de diferentes acopios: a) el lugar de fermentación (tres galpones) hasta que coja un color café claro; luego pasa al lugar de secado a través del sistema de estufa que puede ser de madera caña guadua o metal, para el transporte del campo al cosido se lo hace por medio de tractores. Una vez que la hoja está lista se lo utiliza para la envoltura de la tripa, que en cambio es producida en cuba. De aquí se exporta a diferentes países del mundo.

El propietario es Daniel Pérez de origen cubano-americano. Es necesario señalar que los trabajadores vienen de todas partes del país. La planta de tabaco alcanza una altura de 2,30 metros de altura con flor y que para su cultivo requiere un cuidado especial.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Durante todo el año los trabajadores de la Corporación Agrícola San Juan Compañía Anónima (CASJUCA) se dedican a la siembra, cuidado, cosecha y empaque de las hojas de tabaco manteniendo esta actividad vigente de acuerdo a la temporada en alguno de las fases antes señaladas.
Continua	X	
Ocasional		
Otro		

4. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Hoyos, Gustavo	45 años	Artesano	Tabacalera San Juan Casjuca	Puembo
Instituciones	INPC (Ficha IM-05-02-50-000-08-000046)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba

5. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

El conocimiento sobre el procesamiento del tabaco, en una región en la que su sembrío es abundante, es un símbolo caracterizador de la singularidad de este pueblo. Además, según lo expresa el entrevistado, es una forma de sustento económico para los pobladores, pues "Es fuente de trabajo".

6. SENSIBILIDAD AL CAMBIO

Alta		La elaboración de cigarrillo, está plenamente vigente, se está produciendo. Este conocimiento no tiene trascendencia histórica o generacional. No hay datos que refieran históricamente a la elaboración del tabaco en esta región. Mas bien, es una "nueva adquisición del conocimiento" forjado por la libre empresa.
Media		
Baja	X	
Manifestaciones vigentes		
Manifestaciones vigentes prioritarias		
Manifestaciones de la memoria		

7. INTERLOCUTOR (ES)

Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Hoyos, Gustavo	Tabacalera San Juan Casjuca	n/d	45	Masculino

8. ELEMENTOS RELACIONADOS

Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
--------	--------	-----------	-----------------------

Siembra y cuidado de la planta de tabaco.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.
9. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-05-02-50-000-08-000035_1.jpg IM-05-02-50-000-08-000035_2.jpg			
10. OBSERVACIONES			
11. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	20/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-05-02-50-000-08-000035_1.jpg			

36) Textilería en jerga – Cuicuno, Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-05-01-53-000-11-000036	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Latacunga	Parroquia	Guaitacama
Localidad	Cuicuma			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 759552 Y: (Norte) 9911343		Altitud: 3080

2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Panzaleo			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	Textilería		
Denominación: Textilería en jerga – Cuicuno, Cotopaxi					
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
			Descripción fotografía IM-05-01-53-o000-11-000036_1-jpg		
4. DESCRIPCION					
<p>En la parroquia de Guaytacama, provincia de Chimborazo, gran parte de su población se dedica al trabajo en tela de jerga. Según un poblador del lugar, José Ángel Barahona, esta tradición comenzó hace muchos años, pues los trabajadores de telares llevaron a esta región, la tradición del trabajo en Jerga. Él mismo lo aprendió de sus padres hace más de 50 años. Para tejer la jerga se demora unos 15 días para sacar un bulto de 220 varas las mismas que se comercializan en Ambato. En la actualidad, los comerciantes vienen a comprarles en el domicilio. Pero, parece ser que ésta actividad se está viniendo a menos y en riesgo de desaparecer debido a la utilización de máquinas textiles, y a que las nuevas generaciones no muestran mayor interés en mantener el conocimiento. El entrevistado indica que ninguno de sus hijos ha heredado el conocimiento.</p> <p>Para la venta de la jerga hay temporadas de demanda, en que se vende a un dólar la vara y el bulto cuesta 220 dólares. Se envía a diferentes partes del país especialmente a Guayaquil y Quevedo. En estas ciudades, la jerga es utilizada para la elaboración de los trapeadores que son utilizados para la limpieza en los hogares.</p>					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Annual		El entrevistado al tener esta actividad como la única que le genera réditos económicos trabaja en ella todos los días del año.			
Continua					
Ocasional					
Otro	X				
5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad

Individuos	Barahona, José	75 años y 50 años en la actividad.	Artesano	Cuicuno sector centro	Guaytacama
Instituciones	INPC (Ficha IM-05-01-53-000-08-000042)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
	Junta Parroquial de Guaytacama	0	n/a	Guaytacama	Guaytacama
6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
<p>Estas técnicas de producción de textiles, han sido desarrolladas durante años en las comunidades indígenas andinas ecuatorianas. Pues se sabe, que uno de las principales actividades de la cotidianidad de los habitantes de Abya-Yala, era el tejido. Las técnicas han ido cambiando, pero en general las competencias y conocimientos se han mantenido de generación en generación. Además de sostener el sistema de conocimientos y artesanías, también estas actividades sostienen el sistema económico de varias familias.</p>					
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta	X	El cambio que han aportado las tecnologías a las formas tradicionales de elaboración de tejidos, y la falta de interés de las nuevas generaciones en el conocimiento de sus antepasados sobre las técnicas de tejidos, han puesto en peligro este conocimiento. A pesar, que entre los habitantes de Cuicuno, es muy común esta actividad, pues es casi un "símbolo" de sus pobladores, parece estar corriendo el peligro de desaparecer.			
Media					
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
8. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Barahona, José	Cuicuno Sector Centro	n/d	75	Masculino	
9. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención de la fibra animal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
10. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-05-01-53-000-11-000036_1.jpg IM-05-01-53-000-11-000036_2.jpg					
11. OBSERVACIONES					
n/a					
12. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y	Aprobado por:	Christiam Aguirre y		

	Flor Quinchuela		Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
13. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-05-01-53-000-11-000036_2.jpg			

37) Artesanías en totora – Cuaitacama, Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-05-01-53-000-11-000037	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Latacunga	Parroquia	Guaitacama
Localidad	Cuicuma			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 762891 Y: (Norte) 9910917		Altitud: 2956
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Panzaleo			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Cestería	
Denominación: Artesanías en totora – Cuaitacama, Cotopaxi					
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
			Descripción fotografía IM-05-01-53-000-11-000037_1.jpg		

4. DESCRIPCION					
<p>La totora (del quechua t'utura, Schoenoplectus californicus ssp. totora, sin. Scirpus californicus ssp. Tatora es una herbácea perenne acuática, de la familia de las ciperáceas, común en esteros y pantanos de América del Sur.(Fuente: Wikipedia)</p> <p>En algunas regiones de América del Sur, se la utiliza tanto para la construcción de hogares como para la fabricación de artesanías o prendas de vestir. En el Ecuador, en la parroquia Guytacama, provincia de Cotopaxi, también se elaboran esteras y aventadores, en base a esta planta. La materia prima se la consigue en los alrededores del barrio La Libertad, en un lugar denominado Cochas, en donde se cosechan las totoras. Después de un año de cultivo, los tejedores de la familia Casa, se las llevan a su hogar, las dejan secar durante tres semanas, luego, realizan la limpieza para sacar las flores de las totoras. Antes de ponerse a elaborar las esteras o los aventadores, se deja remojar la totora durante el día anterior para que sea más manejable y resulte mejor su elaboración. La comercialización la realizan en la feria del cantón Saquisilí, los días jueves de cada semana.</p>					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		En los tiempos libres de los habitantes de la zona combinando esta actividad con la agricultura y ganadería			
Continua					
Ocasional					
Otro	X				
5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Casa Humberto	54 años 26 años en la actividad	Artesano	La Libertad	Cuicuma
Instituciones	Inpc (Ficha Im-05-01-53-000-08-000055)	33 Años	n/d	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
<p>Para la comunidad es importante el uso de la totora, 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, se le da mucho valor porque es hecho a mano, sin máquinas, lo que reproduce un proceso al que se le asigna un valor de destreza.</p>					
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Según el relato de la entrevistada: "Las nuevas generaciones ya no se dedican a estas actividades pues han optado por			
Media	X				

Baja		trabajar en las plantaciones florícolas".			
Manifestaciones vigentes		Lo que nos hace pensar que el conocimiento está básicamente entre los adultos es vigente. Por el valor simbólico que posee, y su trascendencia histórica, el bien no estaría en total peligro de extinción, aunque puede cambiar y extinguirse totalmente.			
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
8. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Casa Humberto	La Libertad	690-802	54	Masculino	
9. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Manejo de la fibra vegetal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
10. ANEXOS					
Fotografías		Videos	Audio	Texto	
IM-05-01-53-000-11-000037_1.jpg IM-05-01-53-000-11-000037_2.jpg					
11. OBSERVACIONES					
n/a					
12. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	19/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		
Registro fotográfico:					
13. ANEXO FOTOGRÁFICO					
					
IM-05-01-53-000-11-000037_2.jpg					

38) Textilería de ponchos de lana de borrego y alpaca – Poaló, Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-05-01-58-000-11-000038	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Latacunga	Parroquia	Poalo
Localidad	Macac grande			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 754031 Y: (Norte) 9903145		Altitud: 3270	
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Panzaleo			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito		Textilería	
Denominación: Textilería de ponchos de lana de borrego y alpaca – Poaló, Cotopaxi					
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
				Descripción fotografía IM-05-01-58-000-11-000038_1.jpg	
4. DESCRIPCION					
<p>Manuel Verdadero Choloquina, de la comunidad Macac Grande en Cotopaxi, cuenta que en esta parroquia, era muy común la usanza de los ponchos de lana, hechos con lana de borrego y alpaca. Actualmente los jóvenes de la parroquia, no usan el poncho porque sale muy trabajoso y costoso, entonces prefieren usar otra ropa. Hay 2 personas mayores que aun siguen hilando y tejiendo los ponchos de mejor calidad, pero la nueva generación nadie sabe sobre este tejido.</p> <p>El proceso de tejido de los ponchos tomó un tiempo. La historia está ligada al proceso de obrajes de la provincia de Cotopaxi, extendidos sobre todo, en la zona de Poaló. A medida que se mejoró la calidad de los animales, también mejoró la calidad de la lana. Esta lana fue destinada para la elaboración de los ponchos más finos. En la elaboración, primero se trasquilaba al borrego, luego se lavaba la lana, después golpeaban con un mazo el cuero, con un metate de madera para que endurezca la lana y para que dure por mas años y después se hilaba en una máquina manual hecha con madera del lugar.</p>					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		Actualmente la producción de ponchos es muy poca por no decir nula ya que es un trabajo muy laborioso y resulta mejor comprarlos			
Continua					

Ocasional		en otro lado.			
Otro	X				
5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Choloquina, Manuel	42 años	Artesano	Macac Grande	Poalo
Instituciones	INPC (Ficha IM-05-01-58-000-08-000002)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
Colectividades	Comunidad Macac Grande	0	n/a	Macac Grande	Poalo
6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Para la comunidad es importante fortalecer los conocimientos en torno al tejido de poncho, precisamente por el valor social que tuvo en algún momento esta actividad productora. Pero la importancia que se le da a esta actividad es prácticamente nula					
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta	X	Sólo son dos personas quienes mantienen el conocimiento del tejido y conocen el proceso. Las nuevas generaciones no parecen estar interesadas en el uso y la producción de los ponchos. Sin embargo, este conocimiento fue en algún momento un referente simbólico e identitario de esta comunidad. Hoy en día esta vigencia identitaria está perdiéndose, urge la revitalización del conocimiento.			
Media					
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
8. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Choloquina, Manuel	Comunidad Macac Grande	n/d	42	Masculino	
9. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención de la fibra animal	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
10. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-05-01-58-000-11-000038_1.jpg IM-05-01-58-000-11-000038_2.jpg					
11. OBSERVACIONES					
n/a					
12. DATOS DE CONTROL					

Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
13. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-05-01-58-000-11-000038_2.jpg			

39) Construcciones de la vivienda tradicional indígena – Cuangaje, Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
BIENES INMATERIALES				CODIGO	
				IM-05-04-53-000-11-000039	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Pujilí	Parroquia	Guangaje
Localidad	Comunidad 25 De Diciembre		<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural	
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 742597 Y: (Norte) 9903138		Altitud: 3018
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Panzaleo			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas constructivas tradicionales		Detalle del subámbito	n/a	
Denominación: Construcciones de la vivienda tradicional indígena – Cuangaje, Cotopaxi					
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
				Descripción fotografía IM-05-04-53-000-11-000039_1.jpg	

4. DESCRIPCION

La noción de ocupación espacial por parte de los sujetos sociales es universal, pero la modalidad a través de la cual se concreta esta relación, está muy ligada al concepto de específico de cultura; cada cultura resuelve los problemas de naturaleza arquitectónica acorde con sus postulados culturales y nociones específicas de espacio. (Naranjo 385: 2004)

En los altos páramos de la provincia de Cotopaxi, parroquia Guangaje, en la comunidad 25 de Diciembre, Agustín Toaquiza Pastusa, indígena de la región, cuenta sobre la construcción de las chozas que hasta hace más o menos unos 30 años, eran la más usual vivienda de los indígenas de los altos páramos. Agustín trae la paja y madera de eucalipto y cipreses desde los páramos; esta es la materia prima para iniciar la construcción de la choza. Para montar esta choza traen 60 gavillas de paja (cada gavilla es un bulto de paja, amarrada con soga), "la paja es cortada del cerro, en donde existe en abundancia". El entrevistado afirma que las casas también se pueden edificar con la misma paja con la que se hacen las paredes, luego amarran con otra clase de paja más dura, haciendo un nudo fuerte bien torcido, forman una cuerda para amarrar en la madera con el fin de que no se derrumben las paredes de paja para la casa. Siempre cimientan la casa con un sólo cuarto la cual lo dividen con paja de avena seca cuando es necesario, la paja de avena es un tipo de avena silvestre que crece en los páramos y sirve para alimentar al ganado.

Estas casas al ser de un solo cuarto y pequeñas, permiten conservar el calor en su interior para que sus habitantes aguaten los fríos del páramo. Estas casitas son construidas en la montaña, en medio del páramo. Su función es mantener a los habitantes cubiertos del frío y libres de la humedad.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Actualmente ya no se fabrican las casas utilizando esta técnica artesanal milenaria
Continua		
Ocasional		
Otro	X	

5. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Toaquiza, Agustín,	50 años	Artesano	Comunidad 25 de diciembre	Guangaje
Instituciones	INPC (Ficha IM-05-04-53-000-09-000128)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba

6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

Este tipo de construcciones son importantes para la comunidad, especialmente indígena, ya que no deben invertir dinero sino solo mano de obra ya que la paja la obtienen del páramo. Además su construcción implica la reunificación familiar y la participación comunitaria, puesto que generalmente las edificaciones se hacen con ayuda de la comunidad.

7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO				
Alta	X	El proceso de construcción de estas casas, está perdiéndose entre las nuevas generaciones. Así lo explica el entrevistado: "Las personas de las comunidades vecinas prefieren ya construcciones con bloque, así sea más frío pero quieren tener casas modernas y han dejado de lado la construcción tradicional".		
Media				
Baja				
Manifestaciones vigentes				
Manifestaciones vigentes prioritarias				
Manifestaciones de la memoria				
8. INTERLOCUTOR (ES)				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Toaquiza, Agustín	Comunidad 25 de diciembre	N/D	50	Masculino
9. Elementos Relacionados				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
Elaboración de adobe	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.	
10. ANEXOS				
Fotografías	Videos	Audio	Texto	
IM-05-04-53-000-11-000039_1.jpg IM-05-04-53-000-11-000039_2.jpg IM-05-04-53-000-11-000039_3.jpg				
11. OBSERVACIONES				
n/a				
12. DATOS DE CONTROL				
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	21/12/11	
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo			
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:				
13. ANEXO FOTOGRÁFICO				
				
IM-05-04-53-000-11-000039_2.jpg		IM-05-04-53-000-11-000039_3.jpg		

40) Pinturas de Tigua – Zumbahua, Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					CODIGO	
BIENES INMATERIALES					IM-05-04-58-000-11-000040	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN						
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Pujilí	Parroquia	Zumbagua	
Localidad	Tigua Chimbacucha			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural	
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 737324 Y: (Norte) 9894811			Altitud: 3694	
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Comunidad	Panzaleo			Lengua	Kichwa	
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales					
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito		Imaginería		
Denominación: Pinturas de Tigua – Zumbahua, Cotopaxi						
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL						
				Descripción fotografía IM-05-04-58-000-11-000040_1.jpg		
4. DESCRIPCION						
<p>Las famosas pinturas de Tigua son reconocidas a nivel nacional e internacional, por la belleza, el colorido y los contenidos de cada cuadro, que plasman las tradiciones, leyendas, festivales y las historias vividas por los habitantes de la montaña. La familia Toaquiza, quien originó este arte, ha llevado sus trabajos fuera de las fronteras de la provincia y del Ecuador.</p> <p>Julio Toaquiza Tigasi, cuenta que este arte nace de una iniciativa casi ingenua. En su juventud don Julio fue músico integrante de la banda de música y armonizaba el tambor en las fiestas de la comunidad y también tocaba el pingullo (instrumento de viento semejante a la flauta). En ese entonces el materia del tambor estaba hecho de madera de capulí y cuero de borrego; don Julio para dar un toque personal a sus instrumentos empezó a decorar con flores y varios motivos andinos los tambores y pingullos que utilizaba. Un día don Julio empezó a dar un valor agregado a su arte, pues no sólo ofrecía un deleite auditivo con sus melodías sino también uno</p>						

visual con los decorados que se plasmaron en la superficie de los instrumentos teniendo como único pincel las plumas de las gallinas, pero un día apareció una extranjera Olga Fish que mostró interés de comprar el tambor decorado que portaba don Julio, pero él se negó a venderlo aduciendo que debía terminar con el compromiso asumido para la fiesta en la cual tocaría. La extranjera le dejó información de cómo localizarla en Quito si don Julio decidía vender el tambor. Julio asegura que él no tenía intenciones de vender aquel instrumento porque lo había elaborado y lo había decorado con sus manos, pero que una necesidad familiar le obligó a ir a Quito en busca de su cliente extranjera para venderlo. “Adquirido ese tambor, la mujer pidió dos más y luego cuatro y luego seis...”. Así empezó la comercialización de esos instrumentos y el arte de Tigua fue abriéndose paso en el mercado nacional e internacional, los motivos que se retrataron y se siguen retratando son los sueños de los abuelos y su significado y la realidad de la Pachamama. Poco tiempo después en la comunidad fue desapareciendo de a poco la elaboración de tambores con cuero de borrego y fue entonces cuando don julio decidió plasmar sus dibujos ya no en sus instrumentos musicales y herramientas si no en cuadros, utilizando el mismo cuero de borrego como superficie.

Posteriormente don Julio transmitió su idea entre sus hijo y sus vecinos, el nunca guardo el secreto de su arte sino que enseñó a todos como una muestra de generosidad para su gente. El artista sostiene que en la concepción indígena casi no había cabida para el egoísmo, aunque ahora por cuestiones políticas y económicas se ve ese tipo de cosas.

La técnica de la pintura en Tigua se enmarca en una corriente artística denominada naif, que se caracteriza por la ingenuidad y espontaneidad, el autodidactismo de los artistas, los colores brillantes y contrastados, y la perspectiva acientífica captada por intuición. En la mayoría de casos esta técnica evoca o se inspira en el arte infantil y muchas veces es ajeno al aprendizaje académico.

El arte de la zona de Tigua es “un arte natural, un arte que no tuvo un profesor que diga: así tienes que pintar”. A pesar que la técnica se ha perfeccionado con el paso de los años. Los materiales empleados en el trabajo también han cambiado pues inicialmente se empleaba thinner (tiñer) para diluir las pinturas a usar en los cuadros porque se desconocía los efectos dañinos que este derivado del petróleo provoca en la salud de quien lo inhala de modo permanente.

El cuero de oveja crudo, natural, fue utilizado como lienzo por los artistas tigienses por muchos años. El arte allí plasmado era apreciado por los turistas, pero no ofrecía una durabilidad mayor a los 15 años pues la piel animal reflejaba el deterioro y descomposición del tejido. Ante esto, los artistas empezaron a trabajar en cueros curtidos, técnica que aprendieron de colegas norteamericanos y bolivianos. Se estima que las pinturas plasmadas en este material tendrían una duración de 200 a 300 años.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		En la actualidad la mayor parte de pobladores de tigua se encargan de elaborar estas famosas pinturas las mismas que son compradas por turistas nacionales y extranjeros quienes pagan un precio muy justo; este arte está en pleno auge y todos los días del
Continua	X	
Ocasional		

Otro		año encontramos a los artistas exhibiendo o trabajando en sus pinturas.			
5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Toaquiza Julio	66 años/41 años de actividad	Propietario de la galería de arte	Tigua Chimbacucho Km 53	Tigua
Instituciones	INPC (Ficha IM-05-04-58-000-08-000012)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
Colectividades	Familia Toaquiza y la Galería de artes tigua	41 años	n/a	Tigua Chimbacucho Km 53	Tigua
6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Para el entrevistado, su arte tiene un valor simbólico y de identidad importante, por lo que cree que es necesario "Seguir preservando este arte y dar a conocer a la nueva generación". Además en las pinturas la población de la zona plasma su cosmovisión, tradiciones, leyendas e historia.					
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Las pinturas de Tigua, y el arte de los pintores han pasado de generación en generación. Es reconocido tanto en el Ecuador como en el extranjero y al tener una demanda notoria las nuevas generaciones están inmiscuyéndose en esta tradición			
Media					
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
8. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Toaquiza Julio	Comunidad Tigua Chimbacucha	082824602/084191912	66	Masculino	
9. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención de la piel animal.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
10. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-05-04-58-000-11-000040_1.jpg IM-05-04-58-000-11-000040_2.jpg IM-05-04-58-000-11-000040_3.jpg					

11. OBSERVACIONES			
12. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	22/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
13. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-05-04-58-000-11-000040_2.jpg		IM-05-04-58-000-11-000040_3.jpg	

41) Construcción del tambor de cuero de oveja –Mulatillo, Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
IM-05-05-53-000-11-000041					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Salcedo	Parroquia	Mulatillo
Localidad	Comunidad unión y trabajo			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 762252 Y: (Norte) 9879282		Altitud: 2984
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Panzaleo			Lengua	Kichwa
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Instrumentos musicales de percusión	
Denominación: Construcción del tambor de cuero de oveja –Mulatillo, Cotopaxi					
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					

		Descripción fotografía IM-05-05-53-000-11-000041_1.jpg
--	---	--

4. DESCRIPCION

Un tambor es un instrumento de percusión membranófono que consta de una caja de resonancia, generalmente de forma cilíndrica, y una (o dos) membranas, llamada parche, que cubre la abertura de la caja.

Generalmente, el tambor es golpeado, para producir el sonido, en el parche con la mano o con algún objeto, comúnmente baquetas; también se suele percudir la caja. (Fuente: WIKIPEDIA)

En el Ecuador, las antiguas poblaciones que ocupaban este territorio, utilizaban el tambor durante la guerra. Hoy en día, el uso del tambor para celebraciones de corte ritual religioso o festivo, es usual, sobre todo entre las poblaciones indígenas. En la comunidad Unión y Trabajo, en la parroquia Mulalillo de la provincia de Cotopaxi, un músico indígena, explica el proceso de creación de este instrumento, que lo utiliza para amenizar las fiestas y rituales de su comunidad.

El entrevistado manifiesta que para la elaboración del tambor, se utiliza el cuero de oveja, que puede ser de macho o hembra siempre y cuando sea de bastante edad para que dure y aguante los golpes, porque el cuero de la oveja tierna se rompe en poco tiempo. Para el curtiembre es necesario colocar el cuero recién pelado en un recipiente grande con bastante zumo de limón y sal en polvo durante tres días, así proceder al templado y secado untando (cubrir) con el sebo del mismo animal para suavizar y colocar en el tambor.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Actualmente son muy pocos os tambores que se elaboran en la zona debido a la falta de materia prima y a la poca demanda de estos productos.
Continua		
Ocasional		
Otro	X	

5. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Pilataxi, José	60 años	Artesano	Barrio unión y progreso sector 4 esquinas	Mulalillo
Instituciones	INPC (Ficha IM-05-05-53-000-08-000066)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera	Riobamba

				Constituyente	
6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
<p>Es importante para la comunidad estos conocimientos, puesto que demuestra ese conjunto de actividades de carácter manual, realizadas por uno de los pocos individuos dedicados a esta actividad en el pueblo. Este conocimiento ha sido transmitido durante generaciones y se ha mantenido ya por cientos de años en la memoria del grupo familiar del músico.</p> <p>Según lo indica la importancia de esta actividad, el entrevistado: " ya que es uno de los instrumentos que se utiliza para las fiestas de la comunidad por ende a la parroquia".</p>					
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		<p>En el registro consta que: "todavía existe personas que hacen este trabajo".</p> <p>Lamentablemente no sabemos si el conocimiento está siendo transmitido a otras generaciones que estén interesadas en aprender estas técnicas artesanales. Sin embargo, suponemos que el conocimiento es bien valorado entre la comunidad, puesto que son pocas las personas que se dedican a la actividad y en realidad, los tambores son demandados sobre todo durante las celebraciones indígenas de la comunidad.</p>			
Media	X				
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
8. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Pilataxi, José	Comunidad unión y progreso sector cuatro esquinas	n/d	60	Masculino	
9. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención de la piel animal.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
10. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-05-05-53-000-11-000041_1.jpg IM-05-05-53-000-11-000041_2.jpg IM-05-05-53-000-11-000041_3.jpg					
11. OBSERVACIONES					
n/a					
12. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	22/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		
Registro fotográfico:					
13. ANEXO FOTOGRÁFICO					



42) Elaboración del pinol – Salcedo, Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO IM-05-04-58-000-11-000042	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Salcedo	Parroquia	San Miguel
Localidad	Salcedo			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 767970 Y: (Norte) 9884325		Altitud: 2657
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Otros	
Denominación: Elaboración del pinol – Salcedo, Cotopaxi					
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
				Descripción fotografía IM-05-04-58-000-11-000042_1.jpg	

4. DESCRIPCION

Rafael Emilio Madrid, un habitante de Salcedo fue el inventor del famoso pinol, producto que resulta de la mezcla de la máchica con panela y especies de dulce. Nuestro informante nos cuenta de este producto nace de la imaginativa de su abuelo que alguna vez al ver chupar pedazos pequeños de panela se le vino a la mente el decidió moler este producto en un par de piedras y mezclarlo con la máchica (harina de cebada), convirtiéndose en el famoso pinol muy apetecido por todos.

El proceso es muy sencillo. Se trituran grandes trozos de panela que las llevan desde Sigchos y Las Pampas en Cotopaxi; lo procesan en un molino industrial (producto del propio invento de Remache, al igual que la mezcladora y la tina metálica donde se deposita la panela molida). El pinol se forma de la mezcla de la máchica y la panela más algunas especies de dulce y está lista para empacar, poner el sello y sacar a la venta.

Su venta no tiene límites; se pueden vender desde diez hasta cien fundas en un día; el expendio es mayor durante los feriados; varios pobladores de la zona está convencido que el pinol que se prepara en la zona de Salcedo es único e inigualable ya que solo aquí se logra el sabor y la consistencia perfecta.

No hace muchos años atrás se usaba un molino de piedra que fue inventado por el pionero de este producto para facilitar la fabricación del mismo; este molino (que descansa actualmente en un rincón de la casa de Marcelo Remache Madrid y es exhibirlo en los desfiles durante las fiestas del cantón Salcedo) después de haber servido por muchos años a su familia para la molienda de la panela del cual se obtenía un par de quintales de panela molida en un día, pero en aquellos años valía la pena señala el informante, Este molino a diferencia del eléctrico usado en la actualidad era de accionamiento humano, sus componentes trituradores son de piedra y el movimiento que se imprime a las piedras circulares es rotativo. La aplicación principal del ingenio, era la producción de harina de cebada cuya elaboración se empezó en el año 1950 y constituye en un producto natural y de gran riqueza proteica.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		El pinol es elaborado continuamente ya que tiene mucha cogida por parte del mercado nacional en especial el elaborado en salcedo que se ha convertido en la carta de presentación de este cantón
Continua	X	
Ocasional		
Otro		

5. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Madrid Emilio	47 años	Propietario	Av. Jaime Mata Yeroví y Abdón Calderón	Salcedo

Instituciones	INPC (Ficha IM-05-05-50-000-08-000036)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
El pinol es uno de los productos que hoy caracteriza a la población de Salcedo y el primer molino es importante para la comunidad ya que con él se dio inicio a la elaboración de uno del productos característicos de la zona que atrae a propios y ajenos además es uno de los objetos que cada año es visto en todo su esplendor en las fiestas del cantón.					
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		El pinol es uno de los productos representativos de la cultura ecuatoriana y su elaboración no corre peligro de desaparecer ya que es transmitido de generación en generación.			
Media					
Baja	X				
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
8. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Madrid, emilio	Av. Jaime Mata Yeroví y Abdón Calderón	N/d	47	Masculino	
9. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Siembra de caña de azúcar	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
10. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-05-04-58-000-11-000042_1.jpg IM-05-04-58-000-11-000042_2.jpg IM-05-04-58-000-11-000042_3.jpg					
11. OBSERVACIONES					
12. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela		
Registro fotográfico:					

13. ANEXO FOTOGRÁFICO



IM-05-04-58-000-11-000042_2.jpg



IM-05-04-58-000-11-000042_3.jpg

43) Cestería de totora, carrizo y cerámica – Saquisilí , Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-05-06-50-000-11-000043	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Saquisilí	Parroquia	Saquisilí
Localidad	Saquisilí			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 759685 Y: (Norte) 9907786		Altitud: 2942
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Cestería	
Denominación: Cestería de totora, carrizo y cerámica – Saquisilí , Cotopaxi					
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
			Descripción fotografía IM-05-06-50-000-11-000043_1.jpg		

4. DESCRIPCION

En Saquisilí, provincia de Cotopaxi, son famosas las habilidades de los artesanos que trabajan diversos elementos en materiales como la totora, la cabuya, el carrizo y la cerámica. Los elementos son elaborados manualmente, y aunque la gente se está dedicando a otras actividades más rentables, la belleza de los artefactos es característica de las artesanías de este lugar del Ecuador y no ha desaparecido del todo. En el pasado era mucho más común que la gente del poblado se dedicara a esta actividad, pero por razones de migración, falta de interés de las nuevas generaciones y por la falta de demanda de los productos, esta actividad se ha venido a menos.

Entre los artículos que se puede encontrar cabe mencionar pequeñas canastas para guardar joyas, canastas más grandes que pueden ser utilizadas como costureros, canastas en carrizo para guardar ropa, saleros en cerámica con forro de totora, teteras en cerámica y diversos artículos de adorno como son las alpacas elaboradas en totora. Según cuentan los artesanos y comerciantes, en el pasado se exportaban estos artículos, pero actualmente se ha perdido el mercado internacional. El mercado local no es atractivo; pues es muy poco lo que se vende y a los artesanos les resulta cada vez menos rentable su producción

Para iniciar con la elaboración de esta artesanía primero se debe obtener la materia prima antiguamente se la conseguía en los ojos de agua alrededor de la zona, actualmente son los mismos artesanos de la localidad los que se encargan de la siembra de esta planta la cual al año da la primera cosecha de materia prima para el uso artesanal; después de la primera cosecha las siguientes se las realiza cada tres o cuatro meses. Una vez cosechada la totora los tejedores se las llevan a su hogar, las dejan secar durante 3 semanas a un mes, dependiendo en gran parte de las condiciones ambientales; luego, una vez seca se realiza la limpieza para sacar las flores y se divide a la totora en hebras de acuerdo al tamaño que se le requiere para la fabricación de los diferentes productos artesanales posteriormente se deja remojar a estas fibras durante el día anterior para que sea más manejable y resulte mejor el tejido el mismo que inicia colocando dos hebras en la base y otras dos encima, en forma de cruz. Años atrás no se realizaba ningún proceso de tinturado pero actualmente si se tinte para que el producto final tenga mayor acogida

La elaboración de artesanías en totora forma parte de la economía domestica indígena como una labor complementaria a otras actividades de subsistencia como la agricultura. Era un negocio familiar donde participaban tanto hombres como mujeres, desde temprana edad. Aunque era más común que las mujeres se encarguen del tejido, ello no era una regla. Cualquier miembro de la familia sin importar la edad o el sexo podía intervenir en cualquier etapa del proceso productivo, incluyendo la siembra o extracción de la materia prima

La comercialización la realizan en la feria del cantón Saquisilí, los días jueves de cada semana especialmente en el mercado “18 de octubre”.

En la actualidad el trabajo con totora constituye un trabajo de la gente adulta del lugar que ha continuado la tradición bajo el proceso anteriormente descrito. Los jóvenes, comenta un informante han abandonado paulatinamente esta tarea debido a que cumplidos los 18 años

<p>prefieren dedicarse al estudio o migrar a otras ciudades para obtener mejores ingresos. Por otro lado la calidad de la totora no es la misma de antaño actualmente es más delgada y de poca consistencia por lo que se trabaja con tan solo la mitad de la producción y el resto se la vende como comida para ganado caballar.</p>					
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad			
Anual		Se teje la totora en el tiempo libre de los artesanos combinándolo con otras actividades ya que en la actualidad la venta de estas es muy baja.			
Continua					
Ocasional					
Otro	X				
5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Chasi, Maria	60 años 25 en esta actividad	Artesano	Barrio upaná Sur	Guaytaca ma.
Instituciones	INPC (Ficha IM-05-06-50-000-08-000100)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
<p>Estas son actividades que tienen trascendencia histórica y generacional, aunque se estén viniendo a menos por factores sociales económicos. Sin embargo como lo testifica la entrevistada: "La elaboración de artículos utilizando fibras vegetales de la localidad fomenta la autosustentabilidad de las comunidades".</p>					
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		A pesar que en la actualidad esta actividad se mantiene vigente, ya que gran parte de la población trabaja en las artesanías, no se sabe a ciencia cierta cuánto futuro tenga esta actividad. Pues los problemas económicos por los que pasan los pobladores de la región además de la introducción de nuevas técnicas y elementos de fabricación de objetos, han hecho que la gente que sabe fabricarlos, deje de percibir el dinero necesario de la venta. Según lo indica la entrevistada: "antes se comercializaban más estos productos".			
Media	X				
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
8. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Chasi, María.	Barrio upaná Sur	N/D	60	Masculino	
Almache, Rosa	Barrio upaná Sur	N/D	49	Femenino	
Quishpe, Luis.	Barrio upaná Sur	N/D	58	Femenino	
9. ELEMENTOS RELACIONADOS					

Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito
Obtención de la fibra vegetal.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.
10. ANEXOS			
Fotografías	Videos	Audio	Texto
IM-05-06-50-000-11-000043_1.jpg IM-05-06-50-000-11-000043_2.jpg IM-05-06-50-000-11-000043_3.jpg			
11. OBSERVACIONES			
n/a			
12. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo		
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
13. ANEXO FOTOGRÁFICO			
 			
IM-05-06-50-000-11-000043_2.jpg		IM-05-06-50-000-11-000043_3.jpg	

44) Shigras – Saquisilí , Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL				CODIGO	
BIENES INMATERIALES				IM-05-06-50-000-11-000044	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Saquisilí	Parroquia	Saquisilí
Localidad	Saquisilí			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural

Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR	X: (Este) 759777 Y: (Norte) 9907381	Altitud: 2925
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Comunidad	Panzaleo	Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales		
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales	Detalle del subámbito	Otros
Denominación: Shigras – Saquisilí , Cotopaxi			
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL			
		Descripción fotografía IM-05-06-50-000-11-000044_1.jpg	
4. DESCRIPCION			
<p>La penca, maguey, cabuyo o pita, agave americano, es una planta nativa americana cuyos componentes sirven para distintas aplicaciones alimenticias, industriales, constructivas y artesanales. De la variedad conocida como cabuya se obtiene una fibra, la cabuya que, entrelazada sirve para la fabricación de sogas o cuerdas. La otra especie es la pita. Su fibra se caracteriza por ser de hebras más finas, lo que permite varias aplicaciones artesanales. La primera se la cultiva en los valles andinos ecuatorianos; la segunda crece y es cultivada en las zonas tropicales o subtropicales.</p> <p>La shigra es un bolso elaborado enteramente con fibra vegetal obtenida de la planta de penco. Una vez secada la planta se obtiene la fibra llamada cabuya. Con esta fibra se elaboran diversas artesanías para adorno e indumentaria. Las shigras son tejidas a mano por personas que conservan el conocimiento y la técnica para hacerlo. Según el señor José Caizahuano, habitante de la parroquia de Saquisilí en Cotopaxi dedicado a la comercialización de las shigras, ya no se encuentra con facilidad las shigras elaboradas como en tiempos pasados, ya que las personas que las elaboraban han muerto. Actualmente se comercializan shigras con otros diseños y con otras técnicas de tejido y elaboración.</p>			
Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad	
Anual		La actividad de tejido se intercala con otras actividades como el pastoreo y la agricultura siendo el tiempo libre de los artesanos el que le dedican a esta actividad.	
Continua			
Ocasional			
Otro	X		

5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Caizahuano, José,	59 años	Artesano	Barrio Salcedo Rocafuerte	Saquisilí
Instituciones	INPC (Ficha IM-05-06- 50-000-08-000101)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Las shigras son una de las múltiples aplicaciones que se le puede dar a la fibra de cabuya. Sirven como bolsos y no contaminan el medio ambiente. Además, su uso y comercialización fomenta la auto sustentabilidad ya que se elaboran del penco que es una planta que crece en abundancia de manera silvestre en la zona.					
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta		Según el señor Caizahuano ya no se encuentran las shigras de la manera en que se elaboraban en el pasado lo que nos hace pensar que lamentablemente éste conocimiento estaría en riesgo de perderse, puesto que la población no le asigna el suficiente valor simbólico, identitario como para mantenerlo.			
Media	X				
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
8. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
Caizahuano, José	Barrio Salcedo Rocafuerte	n/d	59	Masculino	
9. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
Obtención de la fibra vegetal.	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	Sabiduría ecológica tradicional.	Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales.		
10. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-05-06-50-000-11-000044_1.jpg IM-05-06-50-000-11-000044_2.jpg IM-05-06-50-000-11-000044_3.jpg					
OBSERVACIONES					
n/a					
11. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	OÑATE, FERNANDA	Fecha de Registro:	10/12/11		
Entidad Investigadora:	ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO				
Revisado por:	Christiam Aguirre y	Aprobado	Christiam Aguirre y		

	Flor Quinchuela	por:	Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
12. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-05-06-50-000-11-000044_2.jpg		IM-05-06-50-000-11-000044_3.jpg	

45) Máscaras y esculturas – Saquisilí , Cotopaxi

MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
BIENES INMATERIALES				CODIGO	
				IM-05-06-50-000-11-000045	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Saquisilí	Parroquia	Saquisilí
Localidad	Saquisilí			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 759778 Y: (Norte) 9907380		Altitud: 2925
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Otros	
Denominación: Máscaras y esculturas – Saquisilí , Cotopaxi					
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
			Descripción fotografía		
			IM-05-06-50-000-11-000045_1.jpg		

4. DESCRIPCION

Las fiestas más importantes de la religiosidad popular cotopaxense, tienen en sus personajes un componente característico: el uso de máscaras. Algunas celebraciones festivas suelen estar acompañadas por comparsas en las que figuran algunos personajes. En algunos casos, son representaciones de animales emblemáticos, como tigres, monos, lobos; en otros casos, son entes mitológicos como los diablos, sacha runas; finalmente integran esas comparsas representaciones de personajes sociales como el caso de los negritos, o los rucus. Se cree que originariamente los personajes de las comparsas, animales, deidades o humanos, solían interactuar en una representación en la que se recreaba episodios de tiempos antiguos o similares a las fabulas europeas.

En la provincia de Cotopaxi, en el cantón Saquisilí, el señor Rafael Jacho, es el único vivo de 5 hermanos que se dedico al arte, el recuerda que el primer escultor de Saquisilí fue el Sr. Juan Toapanta, a cuyo taller ingreso como oficial luego de terminar la escuela a la edad de 12 años el trabajo en 1 año (sin ganar sueldo) hasta que viajo a Quito para estudiar en la Escuela de Artes y Oficios. Ahí aprendió escultura, talla y dibujo. A los 16 años se vio obligado a regresar a Saquisilí ya que su padre murió y desde aquí empezó a producir en forma permanente santos, vírgenes por docenas, que cada 3 o 4 meses eran llevados hacia la Costa. Otros de sus trabajos fueron las mascararas, pedidas por los indígenas para sus fiestas: los modelos los sacaba de la mente, aunque en aquella época existían ya los disfraces de monos, tigres, perros y payasos, y la más variada clase de mascararas antropomorfas.

Las mascararas eran echas de madera y el escultor preferí trabajar con aliso, pero por la falta de esta madera en los últimos años ha trabajado con eucalipto, capulí, pino o ciprés y pintadas a mano, también son echas pero en muy poca cantidad en tela con engrudo amoldadas en madera o cascajo.

Dentro de las actividades de este gran artesano debe anotarse también las de arreglista, confeccionando los trajes de varios personajes, arreglando altares, andas, arcos, monumentos y alma santas, o alquilando cuadros, esculturas y banderas del país para diversas ocasiones pero en especial para Semana Santa. Imágenes para ser retocadas aun se encuentran en su taller. La hija del Artesano nos cuenta que los clientes siempre han sido tratados con amabilidad y se aceptaba insinuaciones respecto del acabado de sus obras, convirtiéndose el taller de su padre en un taller colectivo en que la creación no era exclusiva del artista.

El señor Rafael Jacho, en la actualidad debido a su avanzada edad ya no fabrica máscaras ni santos a menos que sea un pedido especial y cuya paga sea significativa. Trabajos de retoque aun los realiza como un hobby para mantenerse distraído.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		En la actualidad don Jacho fabrica muy pocas esculturas y mascararas y solo bajo pedidos especiales. Los retoques de esculturas si los realiza continuamente.
Continua		
Ocasional		
Otro	X	

5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Jacho Rafael	75 Años 60 años en la actividad	Propietario del Taller Artesanal	Simón Bolívar y Bartolomé de las casas	Saquisili Centro
Instituciones	INPC (Ficha IM-05- 06-50-000-08- 000102)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba
6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD					
Los disfraces y las máscaras son parte tradicional de las festividades de la zona. Cada disfraz y cada máscara tienen un significado y le recuerda a la comunidad su conexión con su pasado cultural. El conocimiento es altamente valorado en la actualidad por la belleza del trabajo, pero lamentablemente el artesano ya no realiza estos trabajos muy a menudo.					
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO					
Alta	X	En la zona ya no hay artesanos que se dediquen a este arte del tallado de las mascararas sin embargo en el mercado local los días jueves se encuentran a varios comerciantes que consiguen las mascararas ya elaboradas en forma mecanizada en otros lugares y se encargan solo de la comercialización de las mismas. Con don Jacho morirá el ultimo artesano de Saquisile que elaboraba manualmente este arte.			
Media					
Baja					
Manifestaciones vigentes					
Manifestaciones vigentes prioritarias					
Manifestaciones de la memoria					
8. INTERLOCUTOR (ES)					
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo	
JACHO RAFAEL	Simón Bolívar y Bartolomé de las casas		75	MASCULINO	
9. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito		
10. ANEXOS					
Fotografías	Videos	Audio	Texto		
IM-05-06-50-000-11-000045_1.jpg IM-05-06-50-000-11-000045_2.jpg IM-05-06-50-000-11-000045_3.jpg					
11. OBSERVACIONES					
12. DATOS DE CONTROL					
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	10/12/11		
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo				

Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela
Registro fotográfico:			
13. ANEXO FOTOGRÁFICO			
			
IM-05-06-50-000-11-000045_2.jpg		IM-05-06-50-000-11-000045_3.jpg	

46) Arte y tallado en madera – Ísinliví , Cotopaxi

NISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL					
BIENES INMATERIALES				CODIGO	
				IM-05-07-52-000-11-000046	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia	Cotopaxi	Cantón	Sígchos	Parroquia	Ísinlivi
Localidad	Ísinlivi			<input checked="" type="checkbox"/> Urbana	<input type="checkbox"/> Rural
Coordenadas Geográficas	Sistema: WGS84-UTM Zona: 17 SUR		X: (Este) 737416 Y: (Norte) 9915261		Altitud: 2957
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Comunidad	Mestizo			Lengua	Español
Ámbito	Técnicas artesanales tradicionales				
Subámbito	Técnicas artesanales tradicionales		Detalle del subámbito	Ebanistería	
Denominación: Arte y tallado en madera – Ísinliví , Cotopaxi					
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL					
				Descripción fotografía IM-05-07-52-000-11-000046_1.jpg	

4. DESCRIPCION

La parroquia de Isinliví, en la provincia de Cotopaxi, es reconocida por las habilidades de sus alfareros y talladores de madera, cuyo arte es célebre desde tiempos de la colonia. Pujilí e Isinliví continúan botando al mercado miles de objetos de barro vidriado, algunos de los cuales son verdaderas obras de arte ingenuo y delicado. Muñecos y animales son los asuntos preferidos de aquellos alfareros que la tradición les obliga a trabajar necesariamente una vez al año, para sacar esas figuras al mercado ecuatoriano en el mes de los difuntos, noviembre.(NAVARRO: Contribuciones a la historia del Arte Ecuatoriano)

El arte del tallado de Isinliví es apreciado en otras ciudades de la provincia de Cotopaxi, además es llevado para la venta a otras provincias en donde los muebles y figuras son muy cotizados por el trabajo de tallado a mano.

Wilson Ortiz, tallador de madera, empezó a trabajar en este arte desde que tenía 16 años de edad cuando vino a Isinliví, para hacer prácticas y le permitieron quedarse trabajando, por todo su esfuerzo y dedicación al arte del tallado, ha ido ascendiendo poco a poco en su cargo, siendo actualmente jefe de sección de tallado de muebles.

Cuando inician en esta labor su primera tarea fue realizar el tallado de imágenes religiosas para las iglesias.

Wilson cuenta que él se concentra y entrega profundamente e inspira en el tallado de las imágenes religiosas y otras imágenes que previamente se las realiza en arcilla y luego se las talla en madera.

Fecha o periodo del evento		Detalle de la Periodicidad
Anual		Esta actividad es vigente todos los días ya que constituye la fuente de ingresos del entrevistado.
Continua	X	
Ocasional		
Otro		

5. PORTADORES/SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Ortiz, Wilson	29 años 13 años de actividad	Artesano	Comunidad Ísinlivi	Ísinlivi
Instituciones	INPC (Ficha IM-05-07-52-000-09-000129)	33 Años	n/a	5 de Junio y Primera Constituyente	Riobamba

6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD

Se sabe que el trabajo en imaginaria producido en este lugar es altamente apreciado no solamente en la región sino también en otros lugares. Las habilidades de sus artesanos son conocidas y reconocidas desde tiempos ancestrales. Según el entrevistado: "esta escuela es de importancia para la comunidad ya que les da un oficio y además trabajo a quienes se han

dedicado a tallar en madera".				
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO				
Alta		Según el entrevistado: "La fundación Leonidas Proaño, se ha preocupado de seguir con esta escuela de enseñanza y sigue invirtiendo para que se mantenga". Por ello suponemos, que el nivel de especialidad, institucionalizado en escuelas de arte, es altamente valorado entre la gente. La imaginaria de este lugar es apreciada por la comunidad, no parece perder su vigencia. Además se le otorga valoración simbólica e identitaria de los artesanos de este pueblo.		
Media				
Baja	X			
Manifestaciones vigentes				
Manifestaciones vigentes prioritarias				
Manifestaciones de la memoria				
8. INTERLOCUTOR (ES)				
Apellidos y Nombres	Dirección	Teléfono	Edad	Sexo
Ortiz, Wilson	Comunidad Isinliví	n/d	28	Masculino
9. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	
10. ANEXOS				
Fotografías	Videos	Audio	Texto	
IM-05-07-52-000-11-000046_1.jpg				
IM-05-07-52-000-11-000046_2.jpg				
11. OBSERVACIONES				
n/a				
12. DATOS DE CONTROL				
Registrado por:	Oñate, Fernanda	Fecha de Registro:	30/12/11	
Entidad Investigadora:	Escuela Superior Politécnica De Chimborazo			
Revisado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	Aprobado por:	Christiam Aguirre y Flor Quinchuela	
Registro fotográfico:				
13. ANEXO FOTOGRÁFICO				
				
IM-05-07-52-000-11-000046_2.jpg				

b. Priorización de los productos artesanales para la exportación

A continuación se describe los resultados de la matriz que se utilizó para la calificación de cada uno de los parámetros para poder determinar los posibles productos con los que la empresa trabajó.

Tabla 1: Priorización de los productos artesanales a exportar

Código	Capacidad de producción	Belleza artística con visión al mercado meta	Facilidad de transportación	Fragilidad del producto	Calidad del producto terminado	Proceso de Fabricación	Calificación
IM-06-07-50-000-11-000001 Alfombras de Guano	2	3	1	3	4	5	18
IM-06-02-50-000-11-000002 Colchas de toros Alausí	1	1	2	3	3	5	15
IM-06-02-50-000-11-000003 Shigras Shumid Cochaloma	2	2	3	3	3	4	17
IM-06-02-50-000-11-000004 Artículos de madera Alausí	1	3	1	2	4	4	15
IM-06-02-50-000-11-000005 Talabartería Alausí	1	3	1	3	2	4	14
IM-06-02-60-000-11-000006 Artesanía textil-Tixán	3	3	2	3	4	3	14
IM-06-02-60-000-11-000007 Shigras de la comunidad de Nisag	2	4	2	3	3	5	19
IM-06-04-50-000-11-000008 Fajas y collares Licto Chimborazo	2	3	2	3	3	5	17
IM-06-06-50-000-11-000009 Colchas taurinas Guamote	1	1	2	3	3	5	15
IM-06-06-50-000-08-000010 Sombreros de Paño Riobamba	3	3	2	3	3	4	18
IM-06-07-51-000-08-000011 Textilería de ponchos y lana de borrego	2	3	2	3	3	4	17
IM-06-07-51-000-11-000012 Elaboración de artículos de cuero	4	3	2	3	4	3	19
IM-06-07-54-000-08-000013 Artesanías en piedra	1	3	1	3	2	5	15

IM-06-07-55-000-08-000014 Cestería en totora	2	3	2	3	2	5	17
IM-06-07-55-000-11-000015 Cestería en carrizo	1	2	2	3	2	5	15
IM-06-01-51-000-11-000016 Textilería de ponchos bayetas anacos Cacha.	1	2	2	3	3	5	16
IM-06-01-53-000-11-000017 Pirotecnia Cubijies	1	3	1	1	2	5	13
IM-06-01-04-000-11-000018 Artesanías en tagua	3	3	2	3	3	3	17
IM-06-01-56-000-11-000019 Cometas de Licto	3	3	2	1	2	5	16
IM-06-01-56-000-11-000020 Tambores de cuero	1	3	1	3	3	5	16
IM-06-01-50-000-11-000021 Monturas repujadas	1	3	2	3	3	4	16
IM-06-01-50-000-11-000022 Zamarros de cuero de llamingo borre y chivo	1	3	2	3	2	5	16
IM-06-01-50-000-11-000023 Tejido de alpaca	1	3	2	3	3	5	17
IM-18-01-51-000-11-000024 Zapatería Ambato – Ambatillo	2	3	2	3	2	4	16
IM-18-01-50-000-11-000025 elaboración de vestimenta religiosa.	1	3	2	3	3	4	16
IM-18-01-50-000-11-000026 zapatería manual	2	3	2	3	2	4	16
IM-18-06-50-000-11-000027 Cobijas de lana Quero	2	2	2	3	3	4	16
IM-18-05-53-000-11-000028 Shigras Sucre	2	3	2	2	3	5	17
IM-18-07-51-000-11-000029 Shigras-Benites.	1	3	2	3	3	5	18
IM-18-07-57-000-11-000030 Muebles tallados, Guambalo	3	3	1	2	3	4	16
IM-18-07-58-000-11-000031 Tapices Salasacas	3	3	2	3	4	5	20
IM-18-08-57-000-11-000032 Ebanistería San Miguelito	2	3	1	2	3	4	15
IM-02-01-59-000-11-000033 Artesanías Simiatug	2	3	2	3	3	4	17
IM-05-02-02-000-11-000034 Artesanías en tagua La Mana	3	3	2	3	3	3	17
IM-05-02-50-000-11-000035	3	2	2	2	3	4	16

Elaboración de tabacos La Mana							
IM-05-01-53-000-11-000036 Textilería en jerga, Cuicono.	2	1	2	3	3	5	16
IM-05-01-53-000-11-000037 Artesanías en totora Cuaitacama	2	2	2	2	3	5	16
IM-05-01-58-000-11-000038 Textilería de ponchos de lana de borrego y alpaca Poalo	1	3	2	3	3	5	17
IM-05-04-53-000-11-000039 Construcción De La Vivienda Tradicional indígena Cuangaje	1	2	1	3	2	5	14
IM-05-04-58-000-11-000040 Pinturas de Tigua	2	4	2	2	3	5	18
IM-05-05-53-000-11-000041 Construcción de tambor de cuero mulatillo.	1	3	1	3	3	5	16
IM-05-04-58-000-08-000042 Elaboración del Pinol	3	3	2	3	4	2	17
IM-05-06-50-000-08-000043 Cestería de totora carrizo-Saquisili.	2	4	2	1	3	5	17
IM-05-06-50-000-08-000044 Shigras Saquisili.	2	4	2	3	3	5	19
IM-05-06-50-000-08-000045 Mascaras de madera Saquisili.	1	3	2	3	4	5	18
IM-05-07-52-000-09-000046 Arte y tallado en madera-Isinlivi	2	2	1	2	3	3	13
Artesanías cuyo puntaje es menor a 16,5 y que han sido descartadas del primer catálogo de productos de la empresa.							
Artesanías cuyo puntaje es mayor a 16,5 y que pasarán a formar parte del primer catálogo de productos de la empresa y sobre las cuales se aplicó el sondeo de mercado utilizando el séptimo parámetro de calificación.							

Fuente: Matriz de criterios de calificación de los productos artesanales (Anexo 3).

Una vez que se aplicó la matriz a cada uno de los códigos obtenidos en las fichas de registro de patrimonio inmaterial del INPC se decidió trabajar solo con aquellos códigos cuyo puntaje sea mayor al 75% (16,5 puntos) de un puntaje total de 22 puntos, obteniendo así la primera cartera de productos de la empresa en la que se obtuvo 21 manifestaciones artesanales registradas.

c. Análisis de proveedores

Una vez definidos los productos, se realizó la preselección de proveedores, mediante la aplicación de un cuestionario (Anexo 4), y cuyos resultados favorables se muestran en la Tabla 5 la misma que servirá de base para tener organizada la información de los proveedores. De igual manera la encuesta nos permitió recoger datos de gran relevancia de los productos artesanales los mismos que se encuentran registrados en la Tabla 44.

Tabla 2: Información de los Proveedores de la empresa

<u>Productos</u>	<u>Código del Producto</u>	<u>Código del proveedor</u>	<u>Datos Generales</u>					<u>Criterios Irrelevantes</u>		<u>Criterios Relevantes</u>				<u>Tipo de organización</u>		<u>Tipo de entrega de productos</u>		
			<u>Nombre de la Empresa</u>	<u>Nombre del representante</u>	<u>Dirección</u>	<u>Teléfonos</u>	<u>Webside & e-mail</u>	1		2		3		4		B	T	
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
ALFOMBRAS DE GUANO	IM-06-07-50-000-11- 000001	P-06-07-50-000-11-000001- 001	Alfombras Allauca Pancho	Alfredo Allauca	Av. Agustín Dávalos y Los Tejedores. Guano	032900356	talleresallauca@hot mail.com		X	X		X			X	AI	X	

SHIGRAS	IM-06-02-50-000-11-000007	P-06-07-50-000-11-000001-002	Taller de Alfombras LA GUANEÑI TA	Segundo Colcha	Av. 20 de Diciembre. Guano	032901852 093303847	Segundocolcha4876@yahoo.es www.alfombrasdesegundocolcha.jimdo.com		X	X	X			X	AI	X	
		P-06-07-50-000-11-000001-003	Alfombras Ecuatorianas	Gerardo Alarcón	García Moreno y Colon 50 -58 Guano	32900730 32900237	n/d	X		X	X			X	AI	X	
	P-06-02-50-000-11-000007-01	Asociación Agro-Artesanal	Patricia Pérez y Mariano Criollo	Av. 5 de junio y Ricaurte Alausí	32930372-307 085378552	n/d		X	X	X			X	PA		X	

	IM-18-07-51-000-11-000029	P-18-07-51-000-11-000029_01	Flia. Chicaisa	Edelina Chicaisas	A Lado de la Escuela Chiquicha	083418536	n/d		X	X	X			X	AI		X
	IM-05-06-50-000-11-000044	P-05-06-50-000-11-000044_01	José Caisahuano	José Caisahuano	Saquisili. Barrio Rocafuerte		n/d		X	X	X			X	AI		X
ARTESANIAS EN TAGUA	IM-06-01-04-000-11-000018	P-06-01-04-000-11-000018_01	Tagua Made	Marco Enrique Sanaguano Sanchez	CDI. Monseñor Leónidas Proaño. Mz A, Casa 19	092710843 2949974	taguamade@hotmail.com	X		X	X			X	AI	X	

		P-06-01-04-000-11-000018_02	Taller de Artesanías “Palitagua”			084515067	n/d	X		X	X			X	TO	X	
	IM-05-02-02-000-08-000034	P-05-02-02-000-08-000034_1	Tienda De Artesanías El Puma	Richard Acurio	Av. Quito y Carlos Lozada Quintana La Mana	032688574	Richyelpuma_34@hotmail.com		X	X	X			X	AI	X	
TAPICES SALASAKAS	IM-18-07-58-000-11-000031	P-18-07-58-000-11-000031_01	Artesanías Salasaka de Mariano Jerez	Mariano Jerez	Plaza de arte del pueblo Salasaca.	2748-948	artesaniasmarianoje rez@hotmail.com	X		X	X			X	AP		X

PINTURAS DE TIGUA																	
IM-05-04-58-000-11-000040	P-05-04-58-000-11-000040_01	Galería de Arte de “Julio Toaquiza”	Julio Toaquiza	Tigua Chumbacuch o Km 53	082824602 /084191912	julioaquaiza@hotmail.com mariatoaquiza83@hotmail.com	X		X		X			X	AI		X
	P-05-04-58-000-11-000040_02	Galería de Arte de “Alfredo Toaquiza”	Alfredo Toaquiza	Tigua Chumbacuch o Km 53	099343969	atoaquizau@hotmail.com	X		X		X			X	AI	X	
	P-05-04-58-000-11-000040_03	Galería “Arte Milenario Tigua”	Juan Francisco Ugsha Fabian Ugsha Toaquiza Raúl Ugsha	Tigua Chumbacuch o Km 53	098976548	amilenariotigua@hotmail.com	X		X		X			X	AI		X

		P-05-06-50-000-11-000043_03	Flia Toctaguama	Maria Toctaguama	PUPANA SUR	092626733	_____		X	X	X			X	AI		
ARTESANIAS SIMIATUG	IM-02-01-59-000-11-000047	P-02-01-59-000-11-000047_01	Artesanias Simiatug Samai	Hermiña Correa	Barrio Central de Simiatug al otro lado de la Iglesia		http://www.facebook.com/simiatug.samai http://www.simiatug.com/artistico/catalogo-de-cabuya	X		X	X			X	PA		X

Fuente: Información secundaria.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

d. Análisis de la oferta sustitutiva o complementaria

1) Análisis de la oferta sustitutiva

En Inglaterra se estima que 5.2 millones de piezas de arte o afines son vendidas en promedio anualmente obteniendo un valor estimado de \$913 millones de dólares.

Los principales países exportadores de objetos artesanales, piezas de arte u otros afines hacia Reino Unido lo constituyen Estados Unidos, Suiza, Francia, Italia, España, China, Alemania, Turquía, India, Bélgica, Holanda e Irlanda.

A continuación se hace un estudio de los valores registrados en el 2011 dentro de las estadísticas del International Trade Centre de las importaciones de los productos afines al presente estudio, estos valores vienen determinados en miles de dólares y son valores FOB.

a) Análisis de la oferta sustitutiva para el producto alfombras de Guano

En Reino Unido la partida 57 Carpets and other textile floor coverings (alfombras y otros textiles cobertores de pisos) incluye productos afines al priorizados para la exportación y muestra los siguientes valores como datos de las importaciones para el 2011

Tabla 3: Oferta sustitutiva para el producto alfombras de Guano

POSICIÓN	PRINCIPALES EXPORTADORES	VALOR DE LAS IMPORTACIONES
0	Resto del mundo	1,088,799
1	Bélgica	446,894
2	Holanda	242,117
3	India	92,438
4	China	46,528
Total		862,176

Fuente: Datos obtenidos en la página de International Trade Centre.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

b) Análisis de la oferta sustitutiva para el producto shigras elaboradas en cabuya

En Reino Unido la partida 53 Vegetable textile fibres nes, paper yarn, woven fabric, etc. incluye productos afines a los del presente proyecto y muestra los siguientes datos para el 2011.

Tabla 4: Oferta sustitutiva para el producto shigras elaboradas en cabuya

POSICIÓN	PRINCIPALES EXPORTADORES	VALOR DE LAS IMPORTACIONES
0	Italia	11,172
1	Resto del mundo	83,46
2	Bélgica	9,746
3	Bangladesh	6,717
4	Filipinas	12,374
5	India	15,672
Total		139,141

Fuente: Datos obtenidos en la página de International Trade Centre.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

c) Análisis de la oferta sustitutiva para el producto artesanía en totora

En Reino Unido la partida 46 Manufactures of plaiting material, basketwork, etc. incluye productos afines a los del presente proyecto y muestra los siguientes datos para el 2011.

Tabla 5: Oferta sustitutiva para el producto artesanías en totora

POSICIÓN	PRINCIPALES EXPORTADORES	VALOR DE LAS IMPORTACIONES
0	India	3,809
1	Vietnam	5,635
2	Resto del Mundo	81,821
3	China	53,962
4	Indonesia	4,977
5	Alemania	2,774
Total		152,978

Fuente: Datos obtenidos en la página de International Trade Centre.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

d) Análisis de la oferta sustitutiva para los producto artesanías en tagua y pinturas de Tigua

En Reino Unido la partida 97 Works of art, collectors pieces and antiques etc. incluye productos afines a los del presente proyecto y muestra los siguientes datos para el 2011.

Tabla 6: Oferta sustitutiva para el producto artesanías en tagua y pinturas de Tigua

POSICIÓN	PRINCIPALES EXPORTADORES	VALOR DE LAS IMPORTACIONES
0	Resto del mundo	4250,34
1	Estados Unidos	1641,45
2	Suiza	939,11
3	Francia	375,91
4	Áreas n.e.s	169,62
5	Italia	157,82
Total		7534,24

Fuente: Datos obtenidos en la página de International Trade Centre.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

e) Análisis de la oferta sustitutiva para los productos tapices Salasakas, y artesanías Simiatug

En Reino Unido la partida 58 Special woven or tufted fabric, lace, tapestry etc. incluye productos afines a los del presente proyecto y muestra los siguientes datos para el 2011.

Tabla 7: Oferta sustitutiva para el producto tapices Salasakas, y artesanías Simiatug.

POSICIÓN	PRINCIPALES EXPORTADORES	VALOR DE LAS IMPORTACIONES
0	Italia	27,153
1	China	48,825
2	Bélgica	90,786

3	Resto del mundo	326,193
4	India	31,863
5	Turquía	24,592
Total		549,412

Fuente: Datos obtenidos en la página de International Trade Centre.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

f) Análisis de la oferta sustitutiva para los productos elaborados en cuero

En Reino Unido la partida 42 Articles of leather, travel goods etc. incluye productos afines a los del presente proyecto y muestra los siguientes datos para el 2011.

Tabla 8: Oferta sustitutiva para los productos elaborados en cuero

POSICIÓN	PRINCIPALES EXPORTADORES	VALOR DE LAS IMPORTACIONES
0	Italia	271,685
1	Bélgica	82,46
2	Resto del mundo	2,701,316
3	China	1,309,408
4	India	259,574
5	Francia	239,327
Total		4592,09

Fuente: Datos obtenidos en la página de International Trade Centre.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

g) Análisis de la oferta sustitutiva para los productos elaborados en madera

En Reino Unido la partida 44 Wood and articles of wood, wood charcoal etc. incluye productos afines a los del presente proyecto y muestra los siguientes datos para el 2011.

Tabla 9: Oferta sustitutiva para los productos elaborados en madera

POSICIÓN	PRINCIPALES EXPORTADORES	VALOR DE LAS IMPORTACIONES
0	Finlandia	318,151
1	Resto del mundo	4,977,659
2	Suecia	718,747
3	Alemania	389,662
4	China	666,144
5	Irlanda	380,139
Total		7450,50

Fuente: Datos obtenidos en la página de International Trade Centre.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

h) Análisis de la oferta sustitutiva para los productos elaborados en fibra sintética (shigras), sombreros de paño, tejidos de alpaca y borrego

En Reino Unido la partida 61 Articles of apparel, accessories, knit or crochet etc. incluye productos afines a los del presente proyecto y muestra los siguientes datos para el 2011.

Tabla 10: Oferta sustitutiva para el productos elaborados en fibra sintética (shigras), sombreros de paño, tejidos de alpaca y borrego

POSICIÓN	PRINCIPALES EXPORTADORES	VALOR DE LAS IMPORTACIONES
0	Turquía	1460,919
1	Resto del mundo	11189,747
2	Sri Lanka	446,526
3	Bangladesh	957,339
4	India	685,297
5	China	3,630,280
Total		14.739,828

Fuente: Datos obtenidos en la página de International Trade Centre.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

i) Determinación de la oferta sustitutiva para el mercado de Londres – Reino Unido

Según el departamento de estadísticas de Reino Unido la ciudad de Londres capta el 18,5% del total de las importaciones hacia este país. Este dato nos permitirá determinar la oferta sustitutiva en miles de dólares FOB para los diferentes productos artesanales priorizados para la exportación.

Tabla 11: Oferta sustitutiva en miles de dólares FOB para los diferentes productos artesanales priorizados para la exportación

PRODUCTO PRIORIZADO	OFERTA SUSTITUTIVA REINO UNIDO	OFERTA SUSTITUTIVA LONDRES (18,5%)
Alfombras de Guano	7534,24	1356,16
Shigras en cabuya	152,978	27,536
Artesanías en Totora	139,141	25,045
Pinturas de Tigua y artesanía en tagua	7534,24	1356,16
Tapices Salasakas y artesanías en bordado de Simiatug	549,412	98,894
Artesanías en cuero	4592,085	826,5753
Mascaras en madera	7450,502	1341,090
Shigras en fibra sintética, sombreros de paño, tejidos de alpaca y borrego.	14.739,828	2653,169

Fuente: Datos obtenidos en la página de International Trade Centre.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

2) Análisis y proyección de la oferta complementaria

a) Análisis y proyección de la oferta complementaria para los productos a exportar

Para realizar el análisis de la oferta complementaria se analizó los datos concernientes al presente estudio que se encuentran vigentes en la página del Banco central del Ecuador.

i. Análisis y proyección de la oferta complementaria de los productos: alfombras de Guano, pinturas de Tigua, artesanía en tagua, shigras elaboradas en cabuya y cuero, artesanías bordadas de Simiatug

Las exportaciones de Ecuador hacia Reino Unido de las subpartidas nandita:

- 5701000000 Alfombras de nudo de materia textil, incluso confeccionadas.
- 5702100000 Alfombras llamadas kelim o kilim, schumacks o soumak, karamanie y alfo.
- 5704000000 Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de fieltro, excepto los de mechó.
- 5703000000 Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil, con mechón in.
- 5702000000 Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil, tejidos, excepto los de mechón insertado y los flocados, aunque estén confeccionados, incluidas las alfombras llamadas kelim o kilim, schumacks o soumak, karamanie.
- 5705000000 Las demás alfombras y revestimientos para el suelo, de materia textil.
- 9808000030 Prendas de vestir, tapices y alfombras, cortinas, ropa de cama, manteles.
- 4016910000 Revestimientos para el suelo y alfombras.
- 5311000000 Tejidos de las demás fibras textiles vegetales; tejidos de hilados de papel.
- 9606291000 De tagua (marfil vegetal)
- 4203000000 Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de cuero natural o cuero regener.

Índica que no se exporta estos productos hacia Reino unido por lo que la oferta complementaria es nula.

ii. Análisis y proyección de la oferta complementaria del producto artesanías en totora

Las exportaciones de Ecuador hacia Reino Unido de la subpartida nandita 6504000000 Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier fibra vegetal; indica que en el 2011 se exporta 0.55 toneladas que representaron 33,50 FOB dólares y que en los últimos años ha sufrido un incremento en las exportaciones del 3%.

Tabla 12: Proyección de la oferta complementaria del producto cestería en totora y cerámicas

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA (FOB MILES DE DOLARES)
2011	33,50
2012	34,51
2013	35,54
2014	36,61
2015	37,70
2016	38,84
2017	40,00

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

iii. Análisis y proyección de la oferta complementaria del producto tapices Salasakas

Las exportaciones de Ecuador hacia Reino Unido de la subpartida nandita 5805000000 Tapicería tejida a mano (gobelinos, flandes, aubusson, beauvais y similares), indica que en el 2011 se exporta 0.15 toneladas que representaron 1,08 FOB dólares y que en los últimos años ha sufrido un incremento del 18,4%

Tabla 13: Proyección de la oferta complementaria el producto tapices Salasakas

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA (FOB MILES DE DOLARES)
2011	1,08
2012	1,28
2013	1,51
1014	1,79
2015	2,12
2016	2,51
2017	2,98

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

iv. Análisis y proyección de la oferta complementaria del producto sombreros de paño

Las exportaciones de Ecuador hacia Reino Unido de la subpartida nandita 6505901000 Sombreros y demás tocados de fieltro, fabricados con cascos o platos de la partida 6501; indica que en el 2011 se exporta 0.17 toneladas que representaron 0,38 FOB dólares y que en los últimos años ha sufrido una incremento del 19%

Tabla 14: Proyección de la oferta complementaria del producto sombreros de paño

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA (FOB MILES DE DOLARES)
2011	0,38
2012	0,45
2013	0,54
1014	0,64
2015	0,76
2016	0,91
2017	1,08

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

v. Análisis y proyección de la oferta complementaria de artículos de madera

Las exportaciones de Ecuador hacia Reino Unido de la subpartida nandita 4420100000 estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; indica que en el 2011 se exportó 0,66 toneladas que representaron 2.84 FOB dólares y que en los últimos años ha sufrido un incremento del 14,5%

Tabla 15: Proyección de la oferta complementaria el producto en madera.

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA (FOB MILES DE DOLARES)
2011	2,84
2012	3,25
2013	3,72
1014	4,26
2015	4,88
2016	5,59
2017	6,40

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

vi. Análisis y proyección de la oferta complementaria de productos elaborados en fibra sintética (shigras)

Las exportaciones de Ecuador hacia Reino Unido de la subpartida nandita 6302401000 de fibras sintéticas o artificiales; indica que en el 2011 se exportó 0,04 toneladas que representaron 0.57 FOB dólares y que en los últimos años ha sufrido un incremento del 5,7%

Tabla 16: Proyección de la oferta complementaria el productos en fibra sintética (shigras)

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA (FOB MILES DE DOLARES)
2011	0,57
2012	0,60

2013	0,64
1014	0,67
2015	0,71
2016	0,75
2017	0,79

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

vii. Análisis y proyección de la oferta complementaria de productos tejidos de alpaca y borrego

Las exportaciones de Ecuador hacia Reino Unido de la subpartida nandita 6203310000 de lana o pelo fino; indica que en el 2011 se exportó 7,37 toneladas que representaron 27.97 FOB dólares y que en los últimos años ha sufrido un incremento del 30,7%

Tabla 17: Proyección de la oferta complementaria el productos tejidos de alpaca y borrego

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA (FOB MILES DE DOLARES)
2011	27,97
2012	36,56
2013	47,78
1014	62,45
2015	81,62
2016	106,68
2017	139,43

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

viii. Principales exportadores ecuatorianos de productos artesanales y afines al Reino Unido

Tabla 18: Principales exportadores ecuatorianos de productos artesanales y afines a UK

Provincia	Ciudad	Nombre Del Exportador	Teléfono/Fax	Dirección	Mail Y Pagina Web	Observaciones
IMBABURA	OTAVALO	Achig Guachamin Eugenio Edwin	2924175	Quito 5-21 y 31 de Octubre		Exporta principalmente sacos, ponchos, bolsos, gorros, bufandas, instrumentos musicales, gorras, guantes, bisutería, fibras naturales, guras de madera, figuras de cerámica, figuras de balsa, camisas, títeres, sacos pequeños, prendas de vestir, hamacas, pochos, mantas pequeñas
		Aguilar Gualsaqui María Yolanda	62918561	Atahualpa 169 Imbabura Sec. La Compañía		- Exporta principalmente sacos, instrumentos. musicales, adornos, prendas de vestir, ponchos, bisutería, camisas
		Alvarez Campo Edwin Patricio	62925228	Oswaldo Guayasamin A Una Cuadra De La Escuela Luis		- Exporta principalmente sacos, bisutería, ponchos, instrumentos musicales, gorras, bolsos, sombreros, camisas, títeres, vestidos, hamacas, prendas de vestir, pantalones, figuras de madera, instrumentos musicales, porta inciensos, pipas, cobijas, tapices, sombreros de paja
		Arandi Navarrete	921474	Luis Alberto De		- Exporta principalmente hilatura de

		Nelson Edgar		La Torre 3-54 Y Quiroga		fibras textiles y tejedura de varios productos
		Arellano Velasquez Segundo	98369335	Barrio Atahualpa Ibarra		- Exporta principalmente sacos, ponchos, hamacas, camisas, sombreros, bolsos, conjuntos de algodón, gorras, pantalones, vestidos, vestidos, sombreros de paja, sombreros de cuero, figuras de madera, instrumentos musicales, chales, bufandas, bisutería, atrapa sueños, artículos de tagua
		Cordova Cachiguango Segundo	06918561	La Compañía Calle Principal 69 A 1/2 De Capilla		- Exporta principalmente otros
		Cruz Vaca Elsa Del Rosario	06918561	La Compañía Calle Principal 69 A 1/2 De Capilla		- Exporta principalmente otros
		Chiza Cando María Juana	06922924	Luis Enrique Cisneros 02-18 Y María Angélica Hidrovo		- Exporta principalmente prendas de vestir, camisas
		Conteron Ramos Patricio Javier	02925285	El Empedrado, Rocafuerte Y Guayaquil		- Exporta principalmente sacos carpas, sacos, prendas de vestir, bisutería, adornos.
		Black Sheep Exports S.A.	62921760	Sucre N° 1106		- Exporta principalmente sacos de lana, gorros de lana, bufandas de lana, títeres, mitones de lana, gorras de lana, ponchos de lana, sacos de

					niño, swatches de lana, sacos de lana, sacos de lana/ponchos de lana, objetos de madera, fundas de lavandería, cintas de embalaje, chales, bufandas de lana, bufandas y pochos de lana, bufandas de lana/ponchos de lana
		Lema Pineda María Petrona	921141	Bolivar # 44 Y Quito	- Exporta principalmente sacos, gorras, bufandas, sacos pequeños, pares de guantes, mitones, guantes, equipo de calibración dca-50, equipo de calibración, equipo colector de datos serie 776, modelo dcx xrte, diademas, colector de datos serie 021202 modelo dca-31, - los demás., sacos de niño, guantes o mitones, soldaduras, rodamiento de rodillos, rodamiento de bolas fag, rodamiento concio, reloj digital básico
		Jose Rafael Santellan Lema	06925990	Salinas Y Sucre	- Exporta principalmente suéteres, cardiganes, chalecos, abrigos, capas, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas, velos, sombreros.
		Dublinsa S.A.		Comunidad San Juan Alto	- Exporta principalmente cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.
		Duque Espinosa Luz María		Comunidad San Juan Alto	- Exporta principalmente
		Fichamba Vasquez	62690155	C. Principal	- Exporta principalmente sacos,

		Carlos Alberto		Barrio Imbaqui 2 Cuadras De Convento		ponchos, instr. musicales, sombreros, títeres, gorras, bisutería, camisas, bufandas, pantalones, prendas de vestir, pipas, instrumentos musicales, hamacas, gorras de lana, figuras de tagua, espejos, chales, artículos de madera, sombreros de paja
		Maigua Cachiguango Edwin Fernando	Marcelo Talaco Ciud. Jacinto Collahuazo I Etapa	02922182		- Exporta principalmente prendas de vestir, sacos, instrumentos musicales, sacos medianos, sombreros, ponchos, sacos de orlon, sacos de lana pequeños, chompas orlon, bisutería, artículos de madera, art. de madera, hamacas, muñecos de tela, bolsos, prendas de vestir pequeñas, mantas, sacos de lana, tapices, tapices tejidos
		Males Camuendo Jaime Segundo	Morales 510 Y Sucre Frente A Yuratur	06922319		- Exporta principalmente trajes, sacos, pantalones largos con peto, cortos, abrigos, conjuntos de esquí y bañadores, capas, anoraks, cazadoras y artículos similares, de punto, bisutería.
		Males Guerrero María Juana	Comunidad De Camuendo Bajo Diez Cuadras Del Lago	99384890		- Exporta principalmente sacos, bisutería, chales, gorras, instr. musicales, ponchos, bolsos, figuras de madera, títeres, artículos de cuero, bufandas, camisas, vestidos, blusas, conjuntos de algodón,

						artículos de tagua, sombreros, figuras de tagua, pantalones, muñecas
		Santillan Amaguaña Jose Manuel	Dr Miguel Egas Cabezas Comun. Agato Alto Casa	8399393788		- Exporta principalmente sacos, pantalones, camisas de algodón, bolsos
		Tabi Cando Luis Enrique	Morales 4-10 Y Sucre	922474		- Exporta principalmente sacos, ponchos, gorras, chales
		Tapia Quinteros Christian Ivan	Salinas Y Ricaurte	2927010		- Exporta principalmente sacos, camisas, ponchos, gorras, instr. musicales, bisutería, vestidos, conjuntos de algodón, figuras de madera, bolsos, bufandas, pantalones, prendas de vestir, atrapa sueños, hamacas, sombreros, manteles, figuras de cerámica, blusas, chales
		Tuquerres Matango Fabian	Abdón Calderón N° 249 - San Pablo	02918667		- Exporta principalmente prendas de vestir, motobomba, gorras, variador de frecuencia, jugo carambon mora, jugo carambon mango, jugo carambon durazno, hamacas, instr. musicales, gavetas plásticas para huevos, concentrado clarificado de maracuyá, cepillos, bufandas, bolsos, sacos pequeños, sombreros
		Vargas Guachamin Jose Alvaro	Monserrath Luis Alberto De La	09181383		- Exporta principalmente sacos, ponchos, bufandas, camisas, gorros,

			Torre 650			figuras de madera, monederos, instrumentos musicales, vestidos, guantes, bolsos pequeños
Ibarra	Kepso S.A.	Barrio La Florida S/N	02958716 00641120			- Exporta principalmente fibras naturales, sacos, monederos, sombreros, ponchos.
	Lorena Alexandra Rodas Cabrera	Av. Mariano Acosta # 26200 El Ejido De Ibarra	02958716 00641120			- Exporta principalmente bolsos, gorras, camisas, sacos, vestidos, chales, bufandas, instrumentos musicales, ponchos, pantalones, pulseras, figuras de tagua, manteles, títeres de dedo, sombreros de lana, sombreros, sacos pequeños, juego de ajedrez, adornos de madera, crayones
	Gómez Ponce Danny Margoth	Oviedo 1148 Y Rivadeneira	939166 /939166			- Exporta principalmente
	Jhanet Eredmita Oviedo Pantoja	Carlos Barahona Intersección Pasaje 2 Casa # 10	02264266			- Exporta principalmente glifonox, sacos, crisquat, thalonex, fuego 48 sl, aminacrys, prendas de vestir, instrumentos musicales, atrapasueños, crisazina, fertilizante foliar, glifosato, glifonox 35.6 cs, mancozeb, cipermetrina, crisatrina, adornos de madera, atrazina, pendimetalina, paraquat
	Cevallos Yopez Gabriel Salomon	Calle 27 De Noviembre # 2-66 Y Pompeyo Guzman	02932333			- Exporta principalmente marquetería y taracea; cofrecillos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera;

					estatuillas, adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera..
	Espinoza Tuquerres Jose Eduardo	Comunidad Moras Pungo Barrio Atencia 8 Cua Escue	02918667		- Exporta principalmente camisas, hamacas, bolsos, pantalones, ponchos, vestidos, sombreros, sacos, instrumentos musicales, blusas, chales, faldas, guantes, gorras, figuras de balsa, manteles, vestidos y faldas, vestidos de niña, títeres (muñecas)
	De La Torre Conteron María Luzmila	Luis Enrique Cisneros N° 6- 35	98865220		- Exporta principalmente sacos, camisas, ponchos, gorras, instrumentos musicales, bisutería, vestidos, conjuntos de algodón, figuras de madera, bolsos, bufandas, pantalones, prendas de vestir, atrapa sueños, hamacas, sombreros, manteles, figuras de cerámica, blusas, chales
	Jose Fabian Yanchaliquin Lara	Alosnso De Mendoza S941 Y Rodrigo De Chavez 2 Piso	2660865 2660865		- Exporta principalmente prendas de vestir, manteles, bolsos
	MIRANDA PINTO PAOLA CRISTINA	CALLE GONZALO PIZARRO S/N Y CALLE SECUNDARI A	02237945		- Exporta principalmente sacos de niño, sacos, prendas de vestir, pulseras de tagua, llaveros de tagua, chalinas, bolsos, adornos de madera, adornitos varios
	Olicargo	Atahualpa 4-35	02332025		- Exporta principalmente sombreros

		International Cia.Ltda.	Y Quinbalemo			
		Sistemas Aereos De Comercio Sadecom Cia.Ltda.	Av. America N40-81 Y Bouguerviezo	2277826 2920939		- Exporta principalmente bisutería, vestidos, pantalones, hamacas, figuras de metal, figuras de madera, figuras de cerámica
		Yamberla Otavalo Luis Alfonso	San Juan De Iluman N° 8 E Intiñan	02946153 02946153		- Exporta principalmente limón, sacos, ponchos, limones
Guayas	Guayaquil	Deleg.Ecuat.De Balsaflex España Del.E.B.Es,C.Ltda.	Av.9 De Octubre 411 Y Chile Edf.Valco Piso 1 Of.1	2513455		- Exporta principalmente paneles de balsa.
		Ecuador Cocoa & Coffee Ecuacoffee S.A.	Km. 10 Via Daule	2111091 2111351		- Exporta principalmente licor de cacao, manteca de cacao natural, cacao en polvo natural, cacao en grano, licor de cacao tabletas, cascarilla de cacao molida.
		Fundacion Maquita Cushunchic Mcch	Km 4 1/2 Via Daule Junto Al C.C. Los Robles	2670927	Http://Www.Fundmcch.Com.Ec/Maquita/In dex.Php#	- Exporta principalmente cacao en grano, panela, mermeladas, aretes y collares.
		Triairi S.A	Km 4 1/2 Via Duran Tambo	2800500		- Exporta principalmente cacao en grano, licor de cacao natural, manteca de cacao natural, polvo de cacao natural, manteca de cacao, licor de cacao natural

	Duran	Exportaciones Acmansa C.A.	Km 1 1/2 Via Duran-Tambo	00804277 00806259		- Exporta principalmente cacao en grano, tabletas de cacao, manteca de cacao.
Azuay		Procesadora De Sombreros Cia.Ltda.	Benigno Vasquez 4-12 Ricaurte	07890070 07890370		- Exporta principalmente campanas de paja toquilla, sombreros de paja toquilla, campanas de paja toquillas, campanas de paja toquilla para chapeus, sombrero de paja toquilla, cascos de paja toquilla, campanas de paja toquilla
	Sigsig	Asoc.Interprof.De Artesanas Y Operarias En Som	Via Quiguinda Gualaquiza S/N Y Rio Sta. Barbara Si	72266014 72266377		- Exporta principalmente panty-medias», leotardos, medias, calcetines y demás artículos de calcetería, incluso para várices, de punto.
	Gualaceo	Cooperativa De Producción Artesanal Tejemujeres	Calle 9 De Octubre S/N Y Manuel Antonio Reyes	07255445 07255445		- Exporta principalmente Hilados de lana, fibra de textil vegetal

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Fuente: Banco Central del Ecuador

A raíz de la información que se encuentra en internet sobre la forma de exportar los productos de las empresas comerciantes encontradas en la página del Banco Central del Ecuador y otras, se deduce que estas cuentan con sus propios contactos los cuales se encargan de importar y distribuir sus productos.

En conclusión se encuentra que no existe una competencia fuerte en cuanto a los productos artesanales que se quieren exportar, ya que aunque hay muchas empresas pequeñas y medianas que han incursionado en este negocio son muy pocas las que tienen su trayectoria en nuestro mercado meta cubriendo una mínima parte del mismo, además no se encuentran registradas ni consolidadas en Reino Unido como para constituir una competencia fuerte y directa. Y principalmente son nulas las empresas que se dedican a la exportación de los productos que la compañía piensa ofertar.

Finalmente el número de empresas exportadoras de artesanías que se encontraron, no son suficiente motivo para pensar que no va a haber suficiente demanda de los productos, ya que nuestra empresa pretende entrar en el mercado brindando diferenciación. Pero esto no implica descartar que en el futuro un competidor que no se esté tomando en cuenta en este momento por ser pequeño, no contaran con pagina web o web service y facilidad para hacer conocer sus productos en el futuro e inicie operaciones de la noche a la mañana que lo conviertan en una competencia fuerte; razones como esta harán necesario el continuo monitoreo del mercado y la necesidad de innovación de los productos.

2. Determinación de la Demanda

a. Segmentación de mercado

1) Determinación del universo

Nuestro segmento objetivo de mercado es la población de Londres-Reino Unido, que para el año 2011 es de 7.825.177 habitantes. Los mismos que se encuentran distribuidos en 33 barrios.

Datos que fueron obtenidos en:

(<http://data.london.gov.uk/datastorefiles/visualisations/atlas/ons-mye-2011-coc/atlas.html>)

De los cuales según la Office for National Statistics. Consultado el 29 de noviembre de 2011 nos dice que la población económicamente activa con decisión de compra y recursos para hacerlo constituye el 53,4% es decir **4.178.924 habitantes**, constituyéndose este dato nuestro universo sobre el cual se va a trabajar.

2) Cálculo de la muestra

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

$$n = \frac{(0.5*0.5)(4.178924)}{(4.178924-1)\left(\frac{0.07}{2}\right)^2 + 0.5*0.5}$$

Y

$$n = 204 \text{ encuestas}$$

El número de encuestas que se aplicó es de 204 las mismas que fueron distribuidas a la población de Londres acorde al número de habitantes por sector como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 19: Distribución de las encuestas a aplicar por barrios

Nombre del Sector	% de población con respecto a la población total	Número de encuestas a aplicar
Camden	3,01	6
City of London	0,15	0
Hackney	2,80	6
Hammersmith and Fulham	2,17	4
Haringey	2,88	6
Islington	2,48	5
Kensington and Chelsea	2,17	4
Lambeth	3,64	7
Lewisham	3,41	7
Newham	3,07	6
Southwark	3,67	7
Tower Hamlets	3,04	6
Wandsworth	3,70	8
Westminster	3,23	7
Barking and Dagenham	2,30	5
Barnet	4,45	9
Bexley	2,91	6
Brent	3,28	7
Bromley	3,99	8
Croydon	4,42	9
Ealing	4,07	8
Enfield	3,77	8
Greenwich	2,92	6
Harrow	2,94	6
Havering	3,02	6
Hillingdon	3,40	7
Hounslow	3,03	6
Kingston upon thames	2,16	4
Merton	2,67	5
Redbridge	3,46	7
Richmond upon thames	2,44	5
Sutton	2,48	5

Waltham Forest	2,90	6
	$\Sigma = 100\%$	$\Sigma = 204$ Encuestas

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Fuente: Guardian Newspaper

3) Caracterización de la demanda y perfil del comprador

a) Tabulación y análisis de la información primaria obtenida

La aplicación de las encuestas que incluye aquellos productos que cumplen los requerimientos de la empresa permitió determinar cuáles son los productos de mayor interés en el mercado meta definiendo así la cartera artesanal de la empresa.

En esta encuesta los entrevistados colocaron el puntaje de acuerdo a su interés en cada producto artesanal, y la empresa ofertara solamente aquellos que lleguen a obtener un puntaje promedio mayor a 3.

Los parámetros de calificación para el sonde rápido se basaron en una puntuación entre 1 y 5 donde:

1 Punto si “Definitivamente Nunca Lo compraría”

2 Puntos si “No tengo interés en adquirir el Producto por el momento tal vez en el futuro”

3 Puntos si “No estoy seguro si lo adquiriría o no. Necesito mas información antes de comprarlo”

4 Puntos si “Podría comprarlo”

5 Puntos “Definitivamente lo compro”

i. Producto alfombras de Guano (hand made carpets)

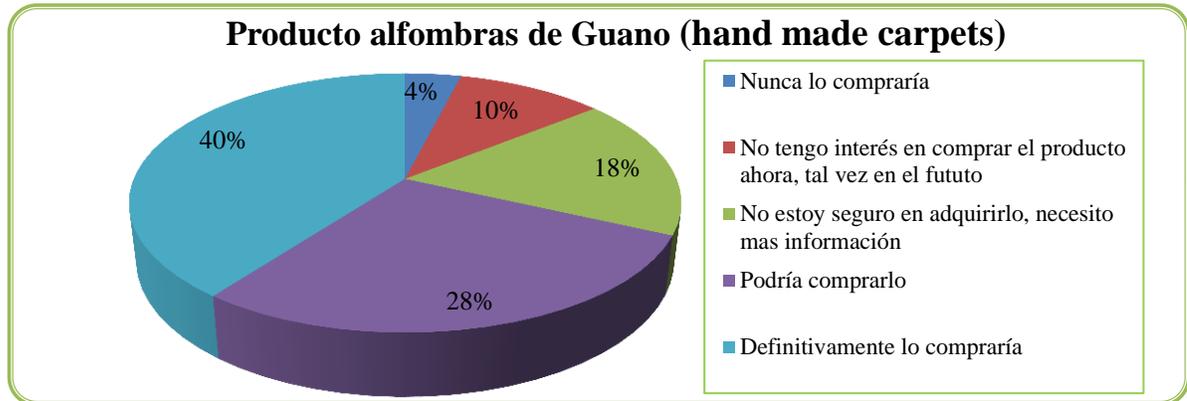
Tabla 20: Producto alfombras de Guano (hand made carpets)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	8	8	4
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	21	42	10
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	36	108	18
Podría comprarlo	4	58	232	28
Definitivamente lo compraría	5	81	405	40
Total		204	795	100%
Puntuación Promedio	4			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 1: Alfombras de Guano (hand made carpets)



Fuente: Tabla 20

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 40% de los encuestados definitivamente comprarían el producto “alfombras de Guano”, el 28% de igual manera demuestran interés en la compra de este artículo, mientras que el 18% necesitan de mas información antes de decidirse a comprar o no el producto, para el 10% de la población este artículos no es necesario ni atrayente en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro y el 4% no lo compraría.

Este artículo alcanzo un promedio de 4 puntos por lo que pasa a formar parte de la cartera de productos de la empresa.

ii. Producto shigras en fibra sintética

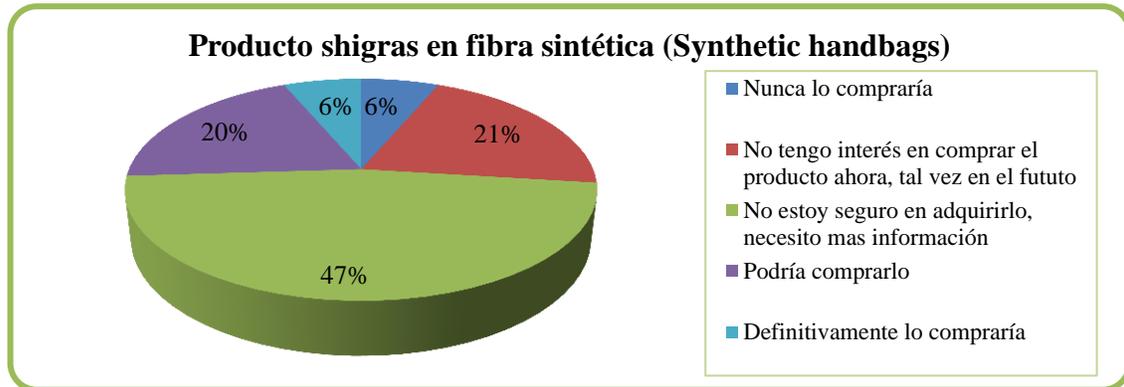
Tabla 21: Producto shigras en fibra sintética (synthetic handbags)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	13	13	6
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	42	84	21
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	96	288	47
Podría comprarlo	4	40	160	20
Definitivamente lo compraría	5	13	65	6
Total		204	610	100
Puntuación Promedio	3			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 2: Producto shigras en fibra sintética (synthetic handbags)



Fuente: Tabla 21

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 47% de los encuestados necesitan de mas información antes de decidirse a comprar o no el producto, el 21% demuestran interés en la compra de este articulo, en el mismo porcentaje la población define a estos artículos como no necesarios ni atrayente en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro, el 5% no lo compraría mientras que el 6% definitivamente comprarían el producto.

Este articulo alcanzo un promedio de 3 puntos por lo que pasa a formar parte de los productos poco atrayentes en el mercado siendo descartados de la cartera de productos de la empresa.

iii. Producto shigras en fibra natural (natural fiber handbags)

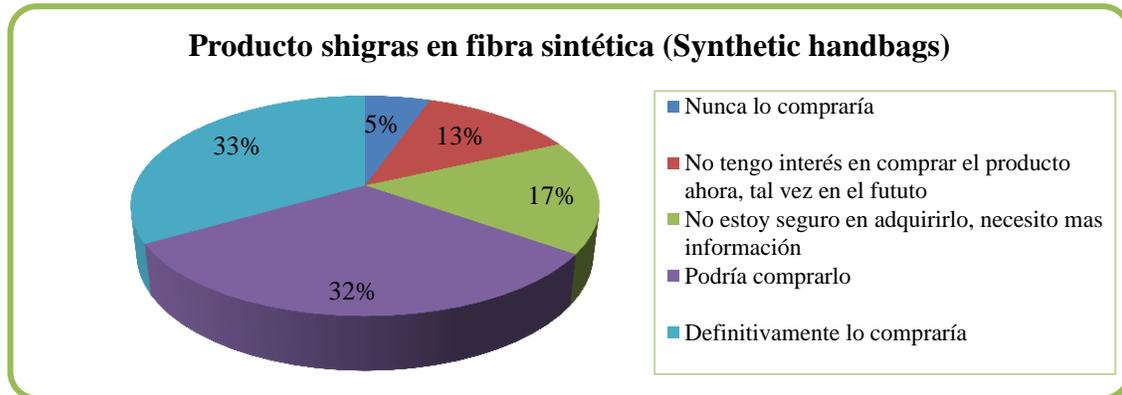
Tabla 22: Producto shigras en fibra natural (natural fiber handbags)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	11	11	5
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	26	52	13
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	34	102	17
Podría comprarlo	4	65	260	32
Definitivamente lo compraría	5	68	340	33
Total		204	775	100
Puntuación Promedio	4			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 3: Producto shigras en fibra natural (natural fiber handbags)



Fuente: Tabla 22

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 33% de los encuestados definitivamente comprarían el producto “shigras en fibra natural”, el 32% de igual manera demuestran interés en la compra de este artículo, mientras que el 17% necesitan más información antes de decidirse a comprar o no el producto, para el 13% de la población este artículo no es necesario ni atractivo en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro y el 5% no lo compraría.

Este artículo alcanza un promedio de 4 puntos por lo que pasa a formar parte de la cartera de productos de la empresa.

iv. Producto fajas hechas en lana (female girdles)

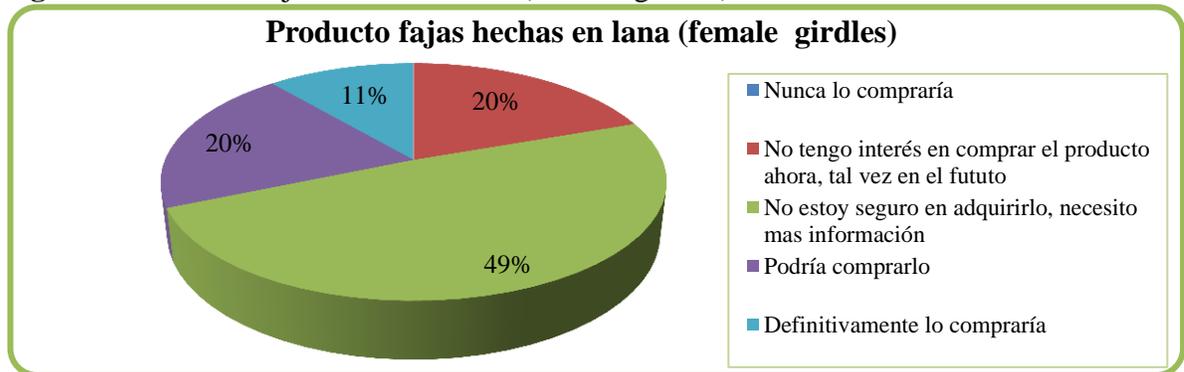
Tabla 23: Producto fajas hechas en lana (female girdles)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	0	0	0
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	40	80	20
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	100	300	49
Podría comprarlo	4	41	164	20
Definitivamente lo compraría	5	23	115	11
Total		204	659	199
Puntuación Promedio	3			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 4: Producto fajas hechas en lana (female girdles)



Fuente: Tabla 23

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 49% de los encuestados necesitan más información antes de decidirse a comprar o no el producto, el 20% demuestran interés en la compra de este artículo, en el mismo porcentaje la población define a estos artículos como no necesarios ni atractivos en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro, mientras que el 11% no lo compraría.

Este artículo alcanzó un promedio de 3 puntos por lo que pasa a formar parte de los productos poco atractivos en el mercado siendo descartados de la cartera de productos de la empresa.

v. Producto sombreros de paño (hats)

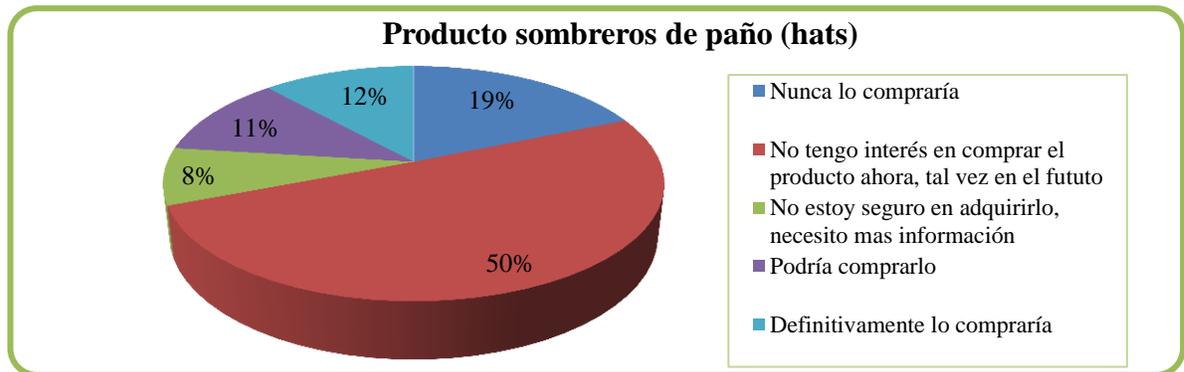
Tabla 24: Producto sombreros de paño (hats)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	38	38	19
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	103	206	50
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	16	48	8
Podría comprarlo	4	23	92	11
Definitivamente lo compraría	5	24	120	12
Total		204	204	504
Puntuación Promedio	2			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 5: Producto sombreros de paño (hats)



Fuente: Tabla 24

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 50% de los encuestados no tienen interés en comprar el producto por el momento, tal vez en el futuro, el 19% no lo compraría, el 11% y 12% podría comprarlo o lo compraría respectivamente, mientras que el 8% no está seguro de efectuar la compra y necesita más información antes de tomar una decisión.

Este artículo alcanza un promedio de 2 puntos por lo que es descartado de la cartera de productos de la empresa.

vi. Producto artículos de cuero (leather products)

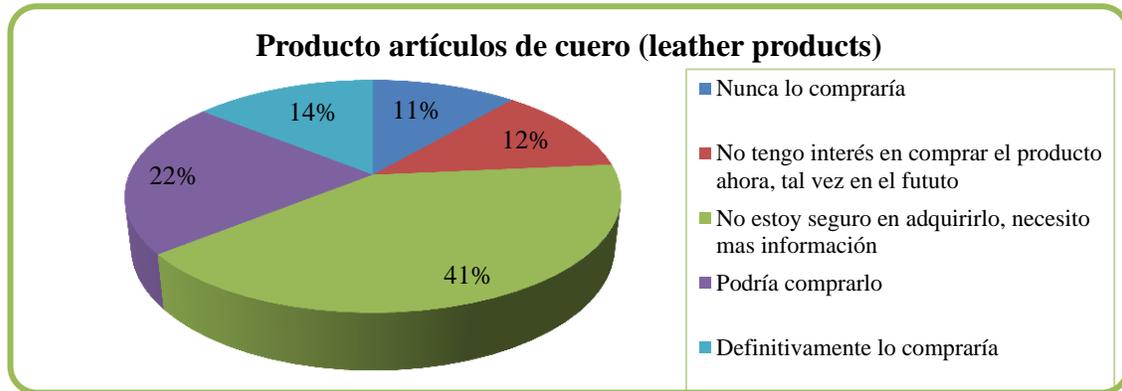
Tabla 25: Producto artículos de cuero (leather products)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	23	23	11
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	25	50	12
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	83	249	41
Podría comprarlo	4	44	176	22
Definitivamente lo compraría	5	29	145	14
Total		204	643	100
Puntuación Promedio	3			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 6: Producto artículos de cuero (leather products)



Fuente: Tabla 25

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 41% de los encuestados necesitan más información antes de decidirse a comprar o no el producto, el 22% tiene interés en adquirir el producto, el 12% define a estos artículos como no necesarios ni atrayente en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro, mientras que el 11% nunca los compraría y el 14% definitivamente lo adquirirá. Este artículo alcanza un promedio de 3 puntos por lo que pasa a formar parte de los productos poco atractivos en el mercado siendo descartados de la cartera de productos de la empresa.

vii. Producto cestería en totora y cerámica (bulrush and ceramic)

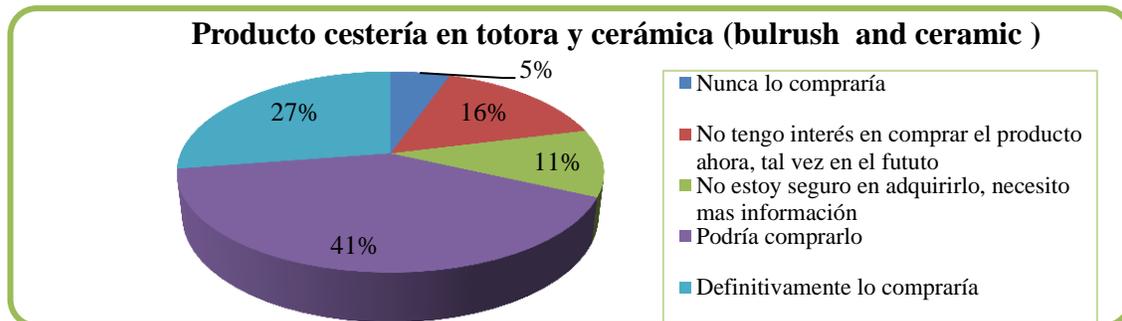
Tabla 26: Producto cestería en totora y cerámica (bulrush and ceramic)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	11	11	5
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	32	64	16
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	22	66	11
Podría comprarlo	4	83	332	41
Definitivamente lo compraría	5	56	280	27
Total		204	753	100%
Puntuación Promedio	4			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 7: Producto cestería en totora y cerámica (bulrush and ceramic)



Fuente: Tabla 26

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 41% piensan en adquirir el producto, el 27% definitivamente comprarían el producto elaborado en totora o a su vez en los diseños en cerámica y totora, el 16% de la población de igual manera demuestran interés en la compra de este artículo, mientras que el 14% de la población ve a este artículos como no necesario ni atrayente en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro, el 11% necesitan de mas información antes de decidirse a comprar o no el producto, y el 5% de la población no compraría este producto Este artículo alcanzo un promedio de 4 puntos por lo que pasa a formar parte de la cartera de productos de la empresa.

viii. Producto artesanía en tagua (ivory nut)

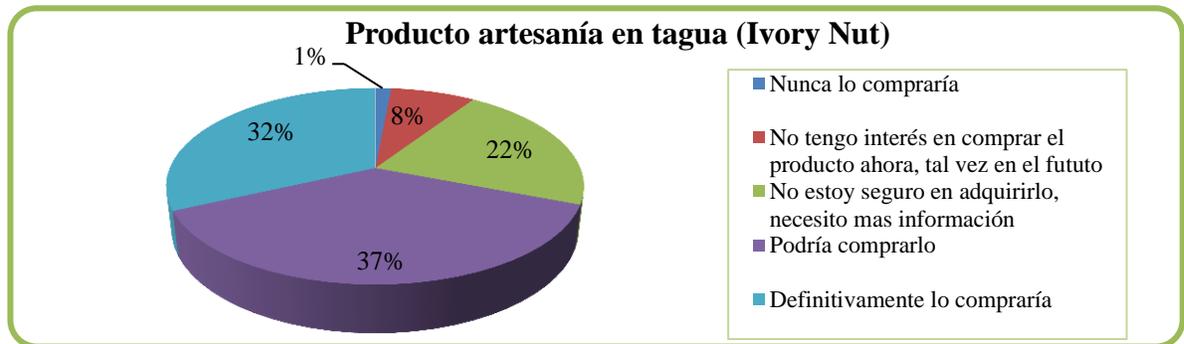
Tabla 27: Producto artesanía en tagua (ivory nut)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	3	3	1
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	16	32	8
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	44	132	22
Podría comprarlo	4	76	304	37
Definitivamente lo compraría	5	65	325	32
Total		204	796	100
Puntuación Promedio	4			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 8: Producto artesanía en tagua (ivory nut)



Fuente: Tabla 27

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 37% y 32% piensan muy seriamente en la adquisición de productos elaborados en tagua o definitivamente comprarían el producto, el 22% necesitan de mas información antes de decidirse a comprar o no el producto, para el 8% de la población este artículos no es necesario ni atrayente en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro y el 1% no lo compraría.

Este articulo alcanzo un promedio de 4 puntos por lo que pasa a formar parte de la cartera de productos de la empresa.

ix. Producto tejidos en fibra animal (wool products)

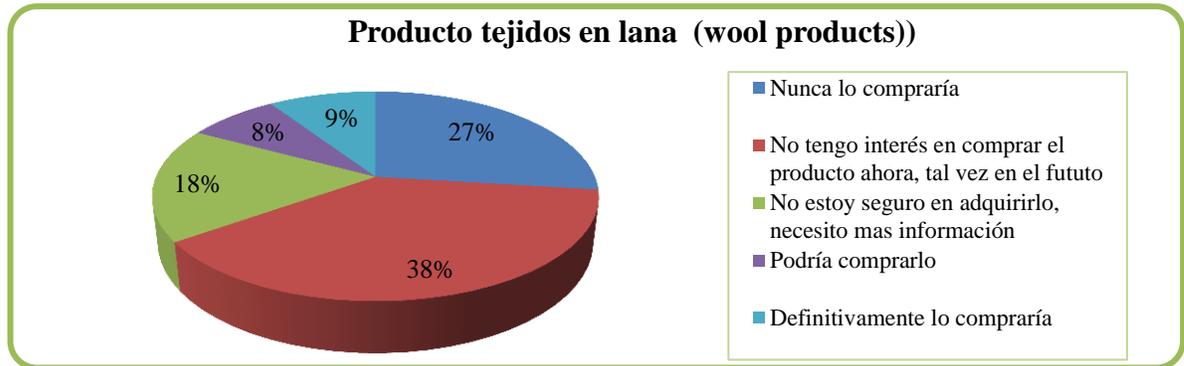
Tabla 28: Producto tejidos en lana (wool products)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	55	55	27
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	78	156	38
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	36	108	18
Podría comprarlo	4	16	64	8
Definitivamente lo compraría	5	19	95	9
Total		204	478	100
Puntuación Promedio	3			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 9: Producto tejidos en lana (wool products)



Fuente: Tabla 28

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 38% de los encuestados define a los productos tejidos en fibras animales como artículos no necesarios ni atrayente en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro, el 27% nunca adquiriría estos productos, el 18% necesitan de mas información antes de decidirse a comprar o no el producto, el 9% y 8% definitivamente compraría el producto o podría comprarlo.

Este articulo alcanzo un promedio de 3 puntos por lo que pasa a formar parte de los productos poco atrayentes en el mercado siendo descartados de la cartera de productos de la empresa.

x. Producto tapices de la comunidad de salasaka (wall hangings)

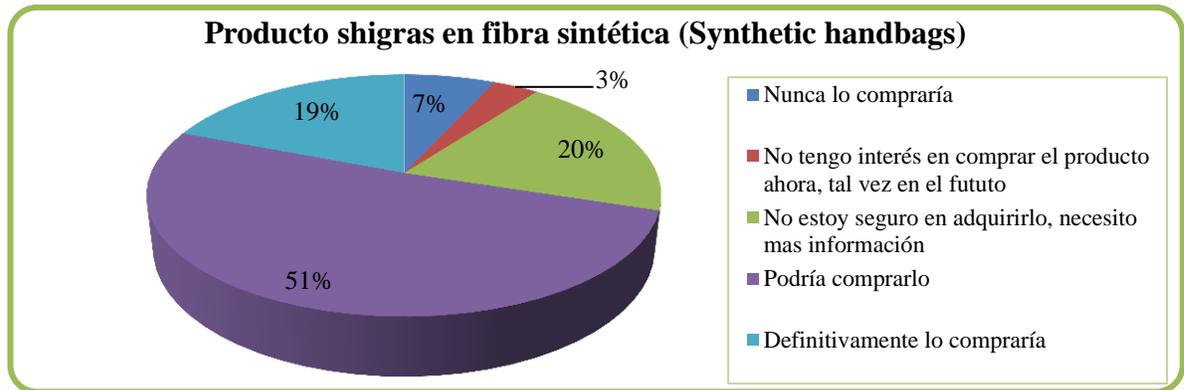
Tabla 29: Producto tapices salasaka (wall hangings)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	14	14	7
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	7	14	3
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	40	120	20
Podría comprarlo	4	104	416	51
Definitivamente lo compraría	5	39	195	19
Total		204	759	100
Puntuación Promedio	4			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 10: Producto tapices salasaka (wall hangings)



Fuente: Tabla 29

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 51% de los encuestados piensan en la posibilidad de adquirir el producto y el 19% definitivamente lo comprarían, el 7% nunca adquiriría este producto, el 20% necesitan más información antes de decidirse a comprar o no el producto y para el 3% de la población lo ve como artículos no necesario ni atrayente en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro.

Este artículo alcanzo un promedio de 4 puntos por lo que pasa a formar parte de la cartera de productos de la empresa.

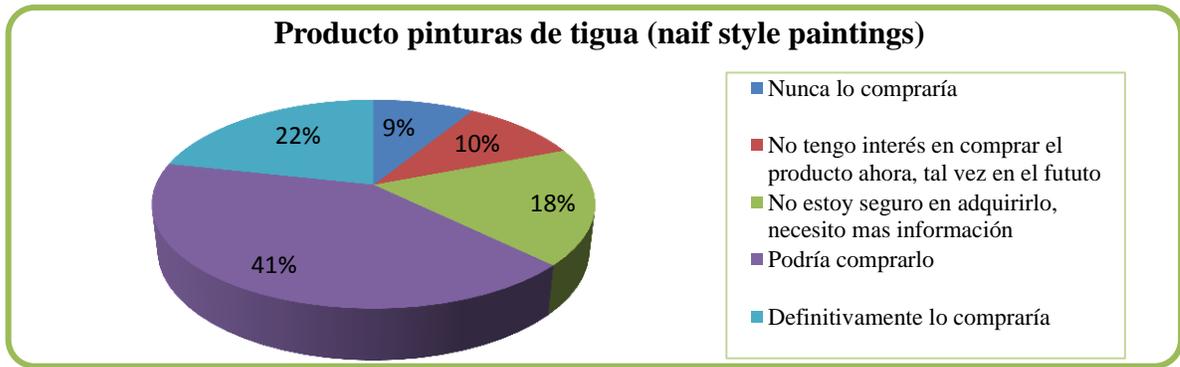
xi. Producto pinturas de tigua (naif style paintings)

Tabla 30: Producto pinturas de tigua (naif style paintings)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	18	18	9
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	21	42	10
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	37	111	18
Podría comprarlo	4	84	336	41
Definitivamente lo compraría	5	44	220	22
Total		204	727	100
Puntuación Promedio	4			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 11: Producto pinturas de tigua (naif style paintings)

Fuente: Tabla 30

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 41% y 22% de los encuestados piensan en la posibilidad de adquisición del producto o definitivamente comprarían pinturas de tigua, para el 18% es necesario recibir más información, el 10% y 9% de la población este artículos no es necesario ni atractivo en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro o definitivamente no lo compraría ni en un futuro respectivamente.

Este artículo alcanzó un promedio de 4 puntos por lo que pasa a formar parte de la cartera de productos de la empresa.

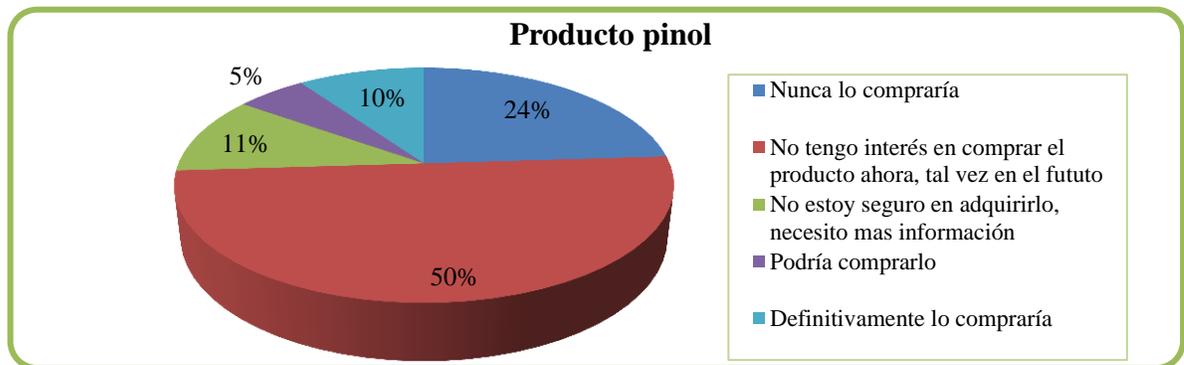
xii. Producto pinol

Tabla 31: Producto pinol

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	49	49	24
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	102	204	50
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	22	66	11
Podría comprarlo	4	11	44	5
Definitivamente lo compraría	5	20	100	10
Total		204	463	100
Puntuación Promedio	2			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 12: Producto pinol

Fuente: Tabla 31

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 50% de los encuestados no tienen interés en comprar el producto por el momento, tal vez en el futuro, el 24% definitivamente nunca lo compraría, el 11% no está seguro de efectuar la compra y necesita de más información antes de tomar una decisión y para el 10% y 5% respectivamente lo comprarían definitivamente o podrían comprarlo.

Este artículo alcanzó un promedio de 2 puntos por lo que es descartado de la cartera de productos de la empresa.

xiii. Producto mascarar de madera (wooden Masks)

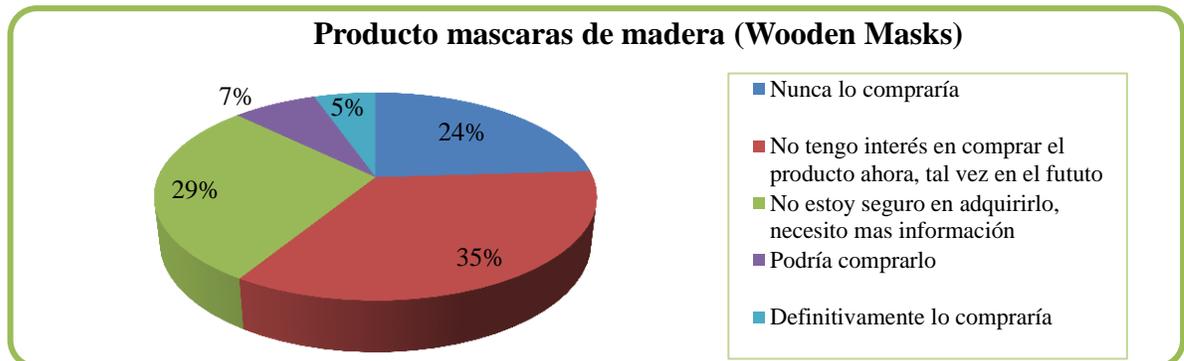
Tabla 32: Producto mascarar de madera (Wooden Masks)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	49	49	24
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	71	142	35
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	58	174	28
Podría comprarlo	4	15	60	7
Definitivamente lo compraría	5	11	55	5
Total		204	480	100
Puntuación Promedio	2			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 13: Producto mascarar de madera (Wooden Masks)



Fuente: Tabla 32

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 35% de los encuestados no tienen interés en comprar el producto por el momento, tal vez en el futuro, el 29% no está seguro de efectuar la compra y necesita de más información antes de tomar una decisión, el 24% definitivamente no lo compraría y para el 7% y 5% de los encuestados podría comprarlo o lo compraría respectivamente.

Este artículo alcanzo un promedio de 2 puntos por lo que es descartado de la cartera de productos de la empresa.

xiv. Producto artesanía simiatug (natural fiber crafts)

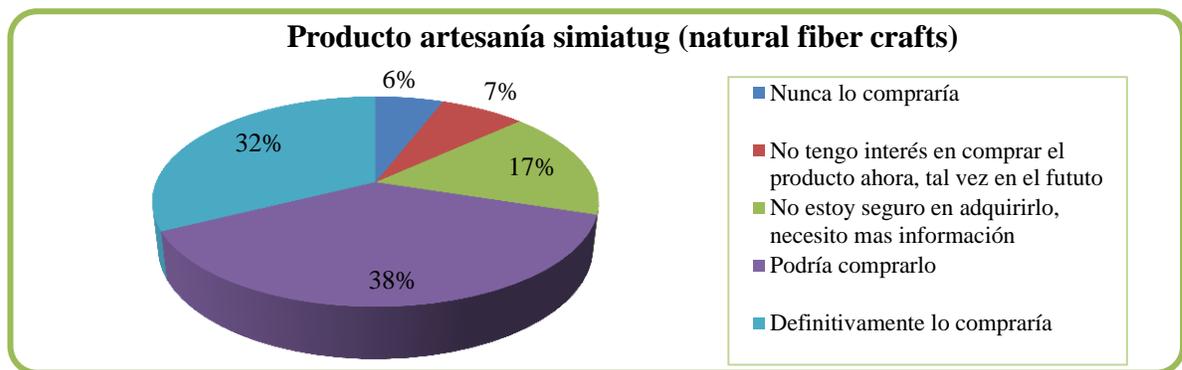
Tabla 33: Producto artesanía simiatug (natural fiber crafts)

Opción	Puntaje	Fr.	Puntaje*Fr.	Porcentaje
Definitivamente nunca lo compraría	1	12	12	6
No tengo interés en comprar el producto ahora, tal vez en el futuro	2	15	30	7
No estoy seguro en adquirirlo, necesito mas información	3	34	102	17
Podría comprarlo	4	77	308	38
Definitivamente lo compraría	5	66	330	32
Total		204	782	100
Puntuación Promedio	4			

Fuente: Encuesta

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 14: Producto artesanía simiatug (natural fiber crafts)



Fuente: Tabla 33

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El 38% y 32% de los encuestados respectivamente demuestran interés en la compra de este artículo o definitivamente comprarían los productos bordados de la zona de Simiatug, mientras que el 17% necesitan de más información antes de decidirse a comprar o no el producto, para el 7% de la población estos artículos no son atractivos y en la actualidad pero no descartan la posibilidad de adquirirlo en un futuro y el 6% definitivamente nunca lo comprarían.

Este artículo alcanzó un promedio de 4 puntos por lo que pasa a formar parte de la cartera de productos de la empresa.

xv. Síntesis de los resultados obtenidos del análisis de preferencia de los productos artesanales en el mercado de Londres-Reino Unido

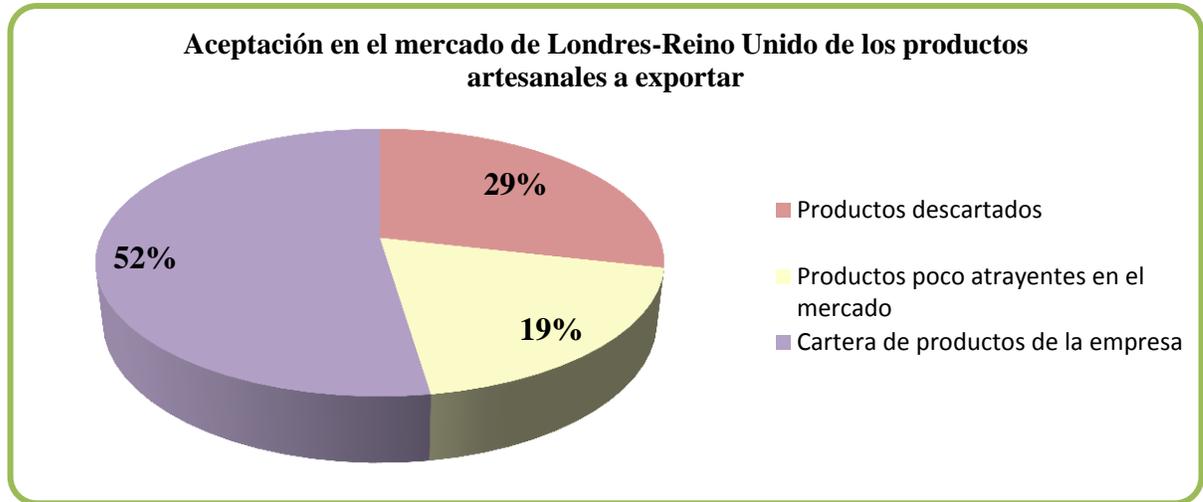
Tabla 34: Síntesis de los resultados obtenidos del análisis de preferencia de los productos artesanales en el mercado de Londres-Reino Unido

Nombre Del Producto	Puntaje Obtenido	Porcentaje de la población “Interesada” en adquirir el producto	Porcentaje de la población “No interesada” en adquirir el producto
Alfombras de Guano	4	68%	32%
Shigras en fibra sintética	3	26%	74%
Shigras en cabuya	4	65%	35%
Fajas y collares Licto Chimborazo	3	31%	69%
Sombreros de paño	2	23%	77%
Textilería en lana de borrego y alpaca	2	17%	83%
Artículos de cuero	3	36%	64%
Artesanías en totora.	4	68%	32%
Artesanías en tagua	4	69%	31%
Tapices Salasacas	4	70%	30%
Pinturas de Tigua	4	63%	37%
Pinol	2	15%	85%
Mascaras de madera Saquisilí.	2	12%	88%
Artesanías Simiatug	4	70%	30%
Productos descartados de la cartera de exportación de la empresa			
Productos que no llegan a formar parte de la cartera de exportación de la empresa pero si captan el interés del mercado meta			
Productos que formarán parte de la cartera de exportación de la empresa			

Fuente: Encuestas

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Figura 15: Aceptación en el mercado de Londres-Reino Unido de los productos artesanales a exportar



Los resultados del análisis de la información primaria obtenida con la encuesta determinan que de los 21 productos previamente priorizados para la exportación el 52% es decir 11 productos pasaran a formar parte de la cartera de productos de exportación de la empresa, el 19% es decir 4 son productos poco atractivos en el mercado y 6 productos que constituyen el 29% no tienen ninguna posibilidad de compra en nuestro mercado meta.

b) Análisis de la información secundaria obtenida

Es difícil estimar el volumen del mercado de las artesanías debido a su enorme variedad y a que resulta complicado diferenciar en las estadísticas aquellos productos hechos a mano y aquellos fabricados de manera industrial.

Según estudios realizados en Reino Unido se determinó que los consumidores tienen cierto presupuesto disponible para decorar sus hogares y gastan más en artículos decorativos que otros países. Los mismos que toman la decisión de compra en tres segundos acerca de si van a detenerse o no frente a determinado producto para verlo más de cerca. Esta decisión se basa en elementos visuales artículos que permiten establecer un lazo emocional con el consumidor

Otro aspecto que llama la atención de los consumidores es la historia que hay detrás de cada pieza artesanal. Los consumidores se sienten especialmente atraídos hacia piezas con alguna carga emocional, de tal manera que pueden ser apreciadas más que por su aspecto.

El estudio realizado por la oficina de crafts council de Reino Unido nos ha permitido establecer entre las principales características de compra de la población en lo referente a artesanías, artículos decorativos y antigüedades las siguientes:

- 40% de los adultos en Londres ha adquirido un objeto de arte.
- A más del 23% podría considerar la compra de un objeto de arte, pero no lo han hecho todavía.
- En conjunto, estos compradores activos y potenciales indican un mercado total de 63% de todos los adultos en Londres.
- 5,6 millones de piezas artesanales compran cada año las personas que viven en Inglaterra.
- Una estimación conservadora del valor total de estas ventas anual es de £ 913m.
- La demanda del mercado es mayor para las artesanías de 'vanguardia' y aquella con valores culturales.
- 97% de los actuales compradores de artesanías actualmente compran o les gustaría comprar artículos contemporáneos, y el 90% actualmente compran o les gustaría comprar artículos de vanguardia
- 7% de los compradores activos en la actualidad sólo comprar arte contemporáneo y de vanguardia".
- 10% de compradores activos comprarían arte contemporáneo, pero no de vanguardia
- Existe una demanda latente importante en el mercado:
- Más de un tercio (36%) de personas que expresan su interés en comprar artesanía aún no han hecho una compra de artesanías
- Las artesanías de vanguardia y contemporáneo son igualmente atractivas para los potenciales compradores activos.

- 97% de los compradores potenciales comprarían arte contemporáneo, y el 93% declara que compraría el trabajo "de vanguardia".
- El 43% de la población en Londres compra los artículos de arte por internet mientras que el 52% lo realiza en ferias de antigüedades, tiendas especializadas, tiendas de caridad y otros locales comerciales.
- El 96% de los compradores adquiere artículos de arte más de una vez al año.

Las características entre la población de Londres involucrada y no involucradas en el mercado artesanal se muestran a continuación.

Tabla 35: Comparación del resto de la población adulta de Londres que no han comprado y no considerara comprar artesanías, con aquellos involucrados en el mercado artesanal

NO INVOLUCRADOS EN EL MERCADO ARTESANAL	INVOLUCRADOS EN EL MERCADO ARTESANAL
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayor parte de sexo masculino ➤ El 16% poseen un título de tercer nivel. ➤ Solo el 9% ha asistido a un evento cultural en los pasados 12 meses ➤ El 7% tienen un interés profesional o académico en arte o historia del arte. ➤ El 10% le gusta estar rodeado de diferentes culturas, ideas y estilos de vida. ➤ El 2% están de acuerdo que todo aspecto referente al arte y la cultura mejoran la calidad de vida de todos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayoría sexo Femenino (57%). ➤ El 25% del total poseen un título de tercer o cuarto nivel. ➤ El 48% han asistido a un evento cultural en los pasados 12 meses ➤ El 18% tienen un interés profesional o académico en arte o historia del arte. ➤ El 26% le gusta estar rodeado de diferentes culturas, ideas y estilos de vida. ➤ El 16% están de acuerdo que todo aspecto referente al arte y la cultura mejoran la calidad de vida de todos.

Fuente: Consuming Craft: the contemporary craft market in a changing economy.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Tabla 36: Comparaciones entre compradores y potenciales compradores de artesanías, en términos demográficos, intereses y perspectivas

COMPRADORES	POTENCIALES COMPRADORES
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 53% están sobre los 45 años. ➤ El 22% gustan de la compra de objetos nuevos a su cultura. ➤ El 21% han tomado parte en actividades culturales seis o más veces en el pasado 12 meses. ➤ El 26% están felices de su vida y las cosas que hacen sin importar la opinión de las demás. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El 59% son menores de 44 años ➤ El 14% gustan de la compra de objetos nuevos a su cultura. ➤ El 9% han tomado parte en actividades culturales seis o más veces en el pasado 12 meses. ➤ El 18% están felices de su vida y las cosas que hacen sin importar la opinión de las demás.

Fuente: Consuming Craft: the contemporary craf market in a changing economy.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

c) Definición del perfil del consumidor

Por el anterior estudio y otras lecturas realizadas se ha concluido que el perfil del consumidor es el siguiente:

- La mayoría son adultos mayores a 45 años razón por la cual son más exigentes tanto en calidad como significado de los productos que adquieren.
- Poseen altos ingresos, lo cual le permite tener la libertad de comprar bienes no básicos
- Disponen de espacio para exhibir los productos artesanales.
- Elevada sensibilidad por los productos hechos a mano y provenientes de materias primas sostenibles.
- Un nivel de cultura elevado, lo cual genera interés por diversas culturas diferentes a la propia, y las considera valiosas como expresión cultural, religiosa o histórica.

- Considera que los productos artesanales le permiten desarrollar su propia personalidad y comunicar a los demás sus conocimientos.
- La motivación principal por la cual compran piezas artesanales son compras no planeadas y compras de objetos especiales para regalo, las no planeadas se las realiza cuando el comprador al estar de paso encontró piezas atractivas a su ojo sin importar la historia o significado de la pieza mientras que las compras de objetos de regalo implican un estudio exhaustivo del valor cultural de la pieza la misma que se la realiza principalmente en internet seguido de exposiciones y ferias.
- Los productos atrayentes en el mercado meta fueron: alfombras de Guano, artesanías de la comunidad de Nisag, cestería en totora de San Gerardo, artesanías en tagua, shigras en cabuya de Benitez, tapices Salasacas, pinturas de tigua, cestería de totora de Saquisili, shigras saquisili, artesanías de Simiatug.

4) Confrontación de la demanda con la oferta.

b) Determinación de la demanda

La página de International Trade Centre señala como referencia que la ciudad de Londres abarca el 18% de las importaciones totales hacia Reino Unido este dato permitirá definir la cuota total de importaciones hacia el mercado meta y la demanda total. De igual manera el dato obtenido en el estudio de mercado que señala que el 22% de los compradores gustan de la compra de objetos nuevos a su cultura, nos permitirán definir de mejor manera la demanda objetivo.

Tabla 37: Determinación de la demanda objetivo de mercado

Importaciones de productos afines a Reino Unido (FOB) en miles de USD 2011	Porcentaje de la cuota total de importaciones para la ciudad de Londres 18,5%	Población que gusta de la compra de objetos de arte nuevos a su cultura. 22%
103267,460	18588,140	4089,390
Demanda objetivo de mercado (FOB en miles de USD 2011)		\$ 4089.390

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

De igual manera los datos que arroja el estudio de mercado con respecto al interés de la población en adquirir los productos ofertantes dentro de la cartera artesanal de la empresa muestra

Tabla 38: Porcentaje de interés en la compra de productos artesanales con respecto a la demanda total

<u>Nombre Del Producto</u>	<u>Puntaje Obtenido</u>	<u>Porcentaje de la población “Interesada” en adquirir el producto</u>	<u>Porcentaje con respecto a la demanda total.</u>
Alfombras de Guano	4	68%	14%
Artesanías en cabuya (shigras)	4	65%	14%
Artesanías en totora	4	68%	14%
Artesanías en tagua	4	69%	15%
Tapices Salasacas	4	70%	15%
Pinturas de Tigua	4	63%	13%
Arte sanías Simiatug	4	70%	15%
TOTAL		473%	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Fernanda Oñate P.

Con los datos descritos en la tabla 38 se procede a determinar la demanda objetivo por producto artesanal a ofertar.

Tabla 39: Cuota de demanda por producto (FOB en miles de usd 2011)

Código y Nombre Del Producto	Demanda total (FOB en miles de usd 2011)	Porcentaje con respecto a la demanda total.	Cuota de demanda por producto (FOB en miles de usd 2011)
Alfombras de Guano	4089,39	14%	572,515
Artesanías en cabuya (shigras)	4089,39	14%	572,515
Artesanías en totora	4089,39	14%	572,515
Artesanías en tagua	4089,39	15%	613,409
Tapices Salasacas	4089,39	15%	613,409
Pinturas de Tigua	4089,39	13%	531,621
Arte sanías Simiatug	4089,39	15%	613,409

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Fernanda Oñate P.

c) Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.

La demanda potencial para los próximos años se determinará por producto y tomando en cuenta el índice de crecimiento de las importaciones en Reino Unido. Los datos están presentados en FOB en miles de dólares.

Tabla 40: Demanda potencial para los próximos 5 años por producto a exportar

Producto	Alfombras de Guano	Artesanías en cabuya (Shigras)	Cestería en totora y ceramicas	Artesanías en tagua	Tapices Salasacas	Pinturas de Tigua	Artesanías Simiatug
% de Año	3,5%	-5%	-1,16%	-0,50%	-0,66%	-0,50%	-0,66%
	572,515	572,515	572,515	613,409	613,409	531,621	613,409
2012	592,553	543,889	565,873	610,341	609,360	528,963	609,360
2013	613,292	516,694	559,319	607,290	605,338	526,318	605,338
2014	634,767	490,860	552,821	604,253	601,343	523,686	601,343
2015	656,974	466,317	546,419	601,232	597,374	521,068	597,374
2016	679,978	443,001	540,070	598,226	593,431	518,462	593,431
2017	703,776	420,851	533,815	595,235	589,515	515,870	589,515

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

d) Demanda Insatisfecha proyectada.

El cálculo de la demanda insatisfecha se establece a través de la confrontación entre la cantidad demandada con la cantidad ofertada por la competencia, para este estudio se trabajó con los datos de la oferta complementaria.

i. Demanda insatisfecha proyectada para los producto a exportar.

Tabla 41: Demanda insatisfecha proyectada

PRODUCTO A EXPORTAR	AÑO	DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA	OFERTA POTENCIAL PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA.
Alfombras de Guano	2012	592,553	0	592,553
	2013	613,292	0	613,292
	1014	634,767	0	634,767
	2015	656,974	0	656,974
	2016	679,978	0	679,978
	2017	703,776	0	703,776
Artesanías en cabuya (Shigras)	2012	543,889	0	543,889
	2013	516,694	0	516,694
	1014	490,860	0	490,860
	2015	466,317	0	466,317
	2016	443,001	0	443,001
	2017	420,851	0	420,851
Artesanias en totora.	2012	565,873	34,51	531,368
	2013	559,319	35,54	523,769
	1014	552,821	36,61	516,215
	2015	546,419	37,70	508,704
	2016	540,070	38,84	501,235
	2017	533,815	40,00	493,805
Artesanías en tagua	2012	610,341	0	447,993
	2013	607,290	0	472,229
	1014	604,253	0	497,777
	2015	601,232	0	524,707
	2016	598,226	0	553,093
	2017	595,235	0	583,016
Tapices Salasakas	2012	609,360	1,28	608,081
	2013	605,338	1,51	603,824
	1014	601,343	1,79	599,550
	2015	597,374	2,12	595,352

	2016	593,431	2,51	590,919
	2017	589,515	2,98	586,539
Pinturas de Tigua	2012	528,963	0	528,963
	2013	526,318	0	526,318
	1014	523,686	0	523,686
	2015	521,068	0	521,068
	2016	518,462	0	518,462
	2017	515,870	0	515,870
Artesanías Simiatug	2012	609,360	0	609,360
	2013	605,338	0	605,338
	1014	601,343	0	601,343
	2015	597,374	0	597,374
	2016	593,431	0	593,431
	2017	589,515	0	589,515

Fuente: Estudio de la oferta y demanda.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Como ya se ha analizado la oferta ecuatoriana de productos artesanales y en especial la oferta de productos artesanales afines al del presente estudio, existe una gran demanda insatisfecha la misma que debe importar al resto del mundo productos artesanales para satisfacer las necesidades del mercado interno de Londres. Por ende se determina que si existe un gran mercado que demanda en grandes cantidades artículos artesanales de la sierra centro del Ecuador y que se puede posicionar en este mercado promoviendo y difundiendo turísticamente al país.

e) Demanda Objetiva Proyectada.

Debido a la amplia demanda de productos artesanales en nuestro mercado meta la demanda objetivo será la producción total, que nuestros proveedores tienen disponible para la empresa. Al tener los datos de nuestra demanda insatisfecha en miles de dólares es necesario determinar las ventas en dólares de los productos artesanales a ofertar, para ello se incremento un margen de utilidad del 30% al precio de compra de los productos, obteniendo así los ingresos anuales de la empresa (Anexo 6) la misma que se proyecto para los 5 siguientes años como lo muestra la Tabla 42 utilizando la tasa de inflación para Ecuador que equivale al 5,41% dato que se obtuvo en la página de Banco central del Ecuador.

Tabla 42: Demanda Objetivo Proyectada

PRODUCTO A EXPORTAR	AÑO	DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA.	DEMANDA OBJETIVO PROYECTADA 5,41%
Alfombras de Guano	2012	592,553	52,650
	2013	613,292	54,498
	1014	634,767	58,501
	2015	656,974	61,666
	2016	679,978	65,002
	2017	703,776	68,518
Artesanías en cabuya (Shigras)	2012	543,889	8,678
	2013	516,694	9,147
	1014	490,860	9,642
	2015	466,317	10,163
	2016	443,001	10,713
	2017	420,851	11,293
Artesanias en totora.	2012	531,368	109,863
	2013	523,769	115,807
	1014	516,215	122,072
	2015	508,704	128,676
	2016	501,235	135,637
	2017	493,805	142,975
Artesanías en tagua	2012	610,341	447,993
	2013	607,290	472,229
	1014	604,253	497,777

	2015	601,232	524,707
	2016	598,226	553,093
	2017	595,235	583,016
Tapices Salasacas	2012	608,081	173,160
	2013	603,824	182,528
	1014	599,550	192,403
	2015	595,352	202,812
	2016	590,919	213,784
	2017	586,539	225,345
Pinturas de Tigua	2012	528,963	271,128
	2013	526,318	285,796
	1014	523,686	301,258
	2015	521,068	317,556
	2016	518,462	334,735
	2017	515,870	352,845
Artesanías Simiatug	2012	609,360	69,241
	2013	605,338	72,987
	1014	601,343	76,935
	2015	597,374	81,097
	2016	593,431	85,485
	2017	589,515	90,109

Fuente: Anexo 6

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

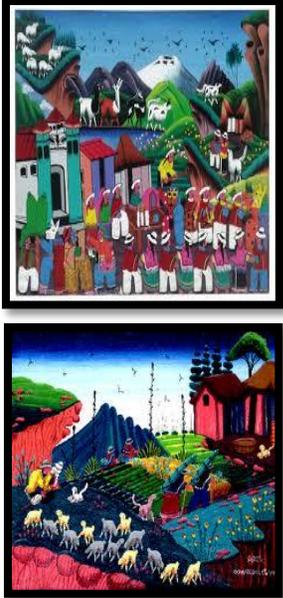
B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA

1. Definición de los productos de la empresa

En base al estudio de la viabilidad comercial con los registros e información obtenidos se determinó como parte de la cartera artesanal de la empresa los siguientes productos.

Tabla 43: Cartera de productos de la empresa

<u>CÓD Y NOMBRE DEL PRODUCTO</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>FOTOGRAFÍAS REFERENCIALES</u>	<u>PRODUCTOS</u>
IM-06-07-50-000-11-000001 Alfombras de Guano	<p>Alfombras de alta calidad elaboradas a mano y con el uso de técnicas pre-incaicas.</p> <p>La gran habilidad de las manos de los artesanos permite elaborar cualquier diseño al gusto del comprador final</p> <p>Elaboradas 100% en fibra animal</p> <p>Procedencia: Guano</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Alfombras de 25 puntos por cada 10cm. Tamaño a corde a las necesidades de los clientes. - Alfombras de 20 puntos por cada 10cm. Tamaño a corde a las necesidades de los clientes.

<p>IM-06-02-60-00-11-000007 IM-18-07-51-00-11-000029 IM-05-06-50-000-11-000044 Artesanía Shigras en fibra vegetal (Cabuya)</p>	<p>Artesanía elaborada en fibra natural obtenida por mujeres indígenas de las comunidades de la sierra centro las mismas que se encargan de la transformación de la materia prima que pasa por varios procesos hasta ser maleable. El proceso de tejido de las shigras es muy laborioso por la calidad del tejido, la maleabilidad de la materia prima y los diseños que se manejan.</p> <p>Procedencia: Nisag, Benítez, Saquisilí</p>		<p>- Shigras en tamaños XXS, XS, S, M, L.</p> <p>- Monederos en tamaño M, L</p>
<p>IM-05-04-58-000-11-000040 Pinturas en arte Naif utilizando natural canvas</p>	<p>Pinturas en estilo Naif plasmadas en cuero de borrego que describen la realidad actual y pasada del pueblo de Zumbahua, sus costumbres, mitos, leyendas, su visión de la naturaleza sus sueños, y vida cotidiana.</p> <p>Procedencia: Tigua</p>		<p>Cuadros en diversos tamaños, extra grande, grande, mediano, pequeño extra pequeño.</p>

<p>IM-06-07-55-000-11-000014 IM-05-06-50-000-11-000043 Artesanías en fibra vegetal (Totora)</p>	<p>La totora es una planta de la que se extrae esta fibra vegetal la misma que al pasar por varios procesos desde la cosecha secado mojado y finalmente con la ayuda de las hábiles manos de los artesanos es transformada en estas hermosas artesanías 100% hechas a mano.</p> <p>Procedencia: San Gerardo, Saquisilí</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Artesanías en totora como: llaveros, paneras pequeña, mediana y grandes, joyeros pequeño, mediano y grande, canoas en varios tamaños. - Artesanías en Totora y ceramica como: azucarera mediana y grande, azucarera cuello largo, pocillo pequeño, mediano y grande en forma circular, pocillo pequeño mediano y grande en forma rectangular pocillo grande ovalado jarra pequeña mediana y grande azucarera
---	--	--	---

<p>IM-06-01-04-000-11-000018 IM-05-02-02-000-11-0000 34 Artesanías en tagua</p>	<p>La Tagua, también conocida como marfil vegetal es una semilla que permite con las hábiles manos de un artesano el ser transformada en hermosas piezas como joyas, adornos, estatuillas, piezas de decoración.</p> <p>Procedencia: La Mana, Riobamba.</p>	  	<ul style="list-style-type: none"> - Anillos en diseños precolombinos y modernos, cualquier tamaño. - Collar con dije cualquier tamaño - Aretes cualquier tamaño - Ajedresen tamaño pequeño y grande - Botella perfumera con dibujo varios tamaños - Llaveros varios tamaños - Pipas: turbo, zapato, sencilla, turbo Grande. - Figuras en tamaños pequeño, mediano y grande con acabados sencillo o complicado.
<p>IM-18-07-58-000-11-000031 Tapices salasakas</p>	<p>Los artesanos de Salasaka son muy conocidos por sus habilidades como tejedores produciendo tapices en varios modelos y diseños que van desde imágenes de su vida cotidiana, representaciones de sus costumbres y tradiciones, e imágenes más contemporáneas, hechos a mano con 100% fibra animal.</p> <p>Procedencia: Salasaca.</p>	 	<p>Tapices en tamaños extra pequeño, pequeño, mediano, grande, extra grande</p>

<p style="text-align: center;">IM-02-01-59-000-11-000047 Artesanías En Fibra Vegetal Y Animal De La Comunidad De Simiatug</p>	<p>Artesanías artísticas en bordado y cabuya creadas por mujeres indígenas, con fuerza de superación gran creatividad y habilidad que les permite crear gracia, luminosidad y un estilo inimitablemente autóctono en toda su gama de diseños y productos funcionales.</p> <p>Procedencia: Simiatug</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Bolsos: fantasía, casual colegial, playero, estudiantil, redondo, turismo, urbano, sisa, juvenil, compras, dinámico en varios tamaños. - Estuches: viajero, cosmético, multiuso para celular, gafas, lentes, libros. - Maletín portafolio - Compu-maletín - Billetera, canguros - Carteritas varias - Llavero, monederito - Centro de mesa redondo y rectangular. - Shigras: pequeña, mediana, grande - Porta-Botellita - Cinturón - Pantuflas. - Agenda, grande, mediana, pequeña.
---	--	---	---

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

2. Tamaño de la empresa

Para poder determinar el tamaño del proyecto es necesario determinar la cantidad de artesanías que los proveedores están en la capacidad de producir y entregar a la empresa, el siguiente cuadro muestra detalladamente por proveedor y articulo la cantidad de productos que están en la capacidad de entregar a la compañía

Tabla 44: Determinación de la cantidad de artículos artesanales disponible para la empresa mensualmente

<u>Código de proveedor</u>	<u>Tipo de Producto</u>		<u>Numero de Modelos</u>	<u>Cantidad disponible para Inka Arts. (Mensual)</u>
P-06-07-50-000-11-000001-001	Alfombras	25p x 10cm	∞	5m ²
		20p x 10cm	∞	10m ²
P-06-07-50-000-11-000001-002	Alfombras	25p x 10cm	∞	3,5 m ²
		20p x 10cm	∞	5m ²
P-06-07-50-000-11-000001-003	Alfombras	25p x 10cm	∞	2 m ²
		20p x 10cm	∞	3m ²
P-06-02-50-000-11-000007-001	Shigras	XXS	10	30
		XS	10	30
		S	10	25
		Mediana	10	15
		Grande	10	5
	Monedero	Mediano	10	10
		Grande	10	6
P-18-07-51-000-11-000029_01	Shigras	XS	5	10
		S	5	15
		Mediana	5	5
		Grande	5	2

P-05-06-50- 000-11- 000044_01	Shigras	XXS	10	20
		XS	10	20
		S	10	15
		Mediana	10	10
		Grande	10	5
P-06-01-04-000-11-000018_01	Anillos (diseños precolombinos y modernos)	Cualquier tamaño	40	5.000
	Collar con dije	Cualquier tamaño	300	2.000
	Aretes	Cualquier tamaño	300	500
	Ajedrez	Pequeño	2	150
		Grande	2	40
	Botella Perfumera con dibujo	Varios tamaños	100	150
	Llaveros	Varios tamaños	1.000	500
	Pipas	Turbo	300	400
		Zapato	300	400
		Sencilla	300	400
		Turbo grande	300	400
	Figuras	Pequeño sencillo	300	200
		Pequeño complicado	150	150
		Mediano Sencillo	300	200
		Mediano complicado	100	100
		Grande sencillo	150	50
Grande complicado		100	25	
P-06-01-04-000-11-000018_02	Anillos (diseños precolombinos y modernos)	Cualquier tamaño	30	3.000
	Collar con dije	Cualquier tamaño	100	500
	Aretes	Cualquier tamaño	100	500
	Ajedrez	Grande	2	10
	Llaveros	Varios tamaños	500	1.000
	Pipas	Turbo	50	350
		Zapato	50	350
		Sencilla	50	350
		Turbo grande	50	350
	Figuras	Pequeño sencillo	100	300

		Pequeño complicado	100	150
		Mediano sencillo	100	300
		Mediano complicado	100	150
		Grande sencillo	100	100
		Grande complicado	100	50
P-05-02-02-000-08-000034_01	Anillos (diseños precolombinos y modernos)	Cualquier tamaño	40	2.000
	Collar con dije	Cualquier tamaño	300	500
	Aretes	Cualquier tamaño	300	1.000
	Llaveros	Varios tamaños	1.000	500
	Figuras	Pequeño sencillo	300	500
		Pequeño complicado	150	350
		Mediano sencillo	300	500
		Mediano complicado	100	300
		Grande sencillo	150	150
			Grande complicado	100
P-18-07-58-000-11-000031_01	Tapices	Tapices extra pequeño	100	500
		Tapices pequeño	100	450
		Tapices mediano	100	300
		Tapices grande	100	200
		Tapices extra grande	100	50
P-05-04-58-000-11-000040_01	Pinturas de Tigua	Cuadro extra grande	∞	1
		Cuadro Grande	∞	2
		Cuadro Mediano	∞	2
		Cuadro Pequeño	∞	5
		Cuadro Extra Pequeño	∞	10
P-05-04-58-000-11-000040_02	Pinturas de Tigua	Cuadro Extra Grande	∞	1
		Cuadro Grande	∞	3
		Cuadro Mediano	∞	3
		Cuadro Pequeño	∞	8
		Cuadro Extra Pequeño	∞	16

P-05-04-58-000-11-000040_03	Pinturas de Tigua	Cuadro Extra Grande	∞	0.3		
		Cuadro Grande	∞	5		
		Cuadro Mediano	∞	10		
		Cuadro Pequeño	∞	12		
		Cuadro Extra Pequeño	∞	20		
P-06-07-55-000-11-000014_01	Artesanías en Totora	Llaveros	5	350		
		Paneras Pequeña	2	120		
		Panera Mediana	2	90		
		Panera Grande	2	60		
		Joyero pequeño	3	200		
		Joyero Mediano	3	150		
		Joyero Grande	3	130		
		Canoas	3	25		
P-05-06-50-000-11-000043_01	Artesanías en cerámica y totora	Azucarera Mediana	3	15		
		Azucarera Grande	3	15		
		Azucarera Cuello Largo	3	15		
		Pocillo Pequeño Circular	3	15		
		Pocillo Pequeño Rectangular	3	15		
		Pocillo Mediano Circular	3	15		
		Pocillo Mediano Rectangular	3	15		
		Pocillo Grande Ovalado	3	15		
		Pocillo Grande Circular	3	15		
		Pocillo Grande Rectangular	3	15		
		Jarra Pequeña	3	15		
		Jarra Mediana	3	15		
		Jarra Grande	3	15		
		06-50-000-11-000043	Artesanías en cerámica y totora	Azucarera Mediana	3	20
				Azucarera Grande	3	20
Azucarera Cuello	3			20		

		Largo		
		Pocillo Pequeño Circular	3	20
		Pocillo Pequeño Rectangular	3	20
		Pocillo Mediano Circular	3	20
		Pocillo Mediano Rectangular	3	20
		Pocillo Grande Ovalado	3	20
		Pocillo Grande Circular	3	20
		Pocillo Grande Rectangular	3	20
		Jarra Pequeña	3	20
		Jarra Mediana	3	20
		Jarra Grande	3	20
		P-05-06-50-000-11-000043_03	Artesanías en cerámica y totora	Azucarera Mediana
Azucarera Grande	3			25
Azucarera Cuello Largo	3			25
Pocillo Pequeño Circular	3			25
Pocillo Pequeño Rectangular	3			25
Pocillo Mediano Circular	3			25
Pocillo Mediano Rectangular	3			25
Pocillo Grande Ovalado	3			25
Pocillo Grande Circular	3			25
Pocillo Grande Rectangular	3			25
Jarra Pequeña	3			25
Jarra Mediana	3			25
Jarra Grande	3	25		

P-02-01-59-000-11-000047_01	Artesanía en cabuya y tejido	Bolso Fantasía	4	5
		Bolso Casual	4	5
		Bolso Colegial	4	5
		Estuche Cosmético	4	10
		Bolsito Cuello	4	5
		Estuche Viajero	4	5
		Mochilita	4	5
		Estuche Multiuso	5	5
		Bolso Playero	3	5
		Bolso Estudiantil	3	5
		Bolso Redondo	2	5
		Bolso Turismo	2	5
		Bolso Urbano 1	2	5
		Bolso Urbano 2	2	5
		Bolso Urbano 3	2	5
		Maletín Portafolio	3	5
		Bolso Sisa, Pequeño	4	5
		Canguro	2	5
		COMPU-Maletín	3	5
		Funditas Varias P.	8	5
		Funditas Varias M.	8	5
		Bolso Sisa, Mediano	4	5
		Bolso Sisa, Jumbo	4	5
		Bolso Juvenil	4	5
		Bolso Compras	4	5
		Bolso Dinámico	4	5
		Bolso Juvenil-Tapado	2	5
		Billetera	4	10
		Carteritas Varias	10	15
		Estuche Celular	5	10
		Estuche Gafas	5	5
		Estuche Documentos	5	5
		Estuche Libro, Grande	5	5
Estuche Lentes	5	10		
Llavero	5	15		
Monederito	5	10		

	Cartera Tubo	4	10
	Centro-Mesa, Redondo	3	5
	Centro-Mesa, Rectangular	3	5
	Shigras Varias Pequeña	5	15
	Shigras Varias Mediana	5	10
	Shigras Varias Grande	5	5
	Porta-Botellita	3	10
	Individuales, Rectangular Juego De 4 Piezas	4	5
	Cinturón	4	5
	Chancletas Y Pantuflas	5	10
	Agenda, Grande	2	3
	AGENDA, Mediana	2	5
	Agenda, Pequeña	2	8
	Portafolio	5	5
TOTAL			27070,80

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

La empresa mensualmente va a tener a la disposición 28,5m de alfombras de Guano cuyo tamaño será acorde a los requerimientos de los clientes. En lo que corresponde a Shigras tejidas en cabuya de las zonas de Nisag, Benítez y Saquisilí en total tendremos 223. Los artículos de tagua constituyen los de mayor cantidad de producción y disponibilidad para la empresa sumando un total de 22.990. La disponibilidad de los tapices Salasakas es de 1.500 artículos en diversos tamaños y diseños. Con lo que respecta a las pinturas de Tigua se puede contar con 98,3 de igual forma de diversos tamaños. En lo referente a productos en totora se contara con 1125 y aquellos de cerámica y totora 780. Los artículos de la zona de Simiatug en total conforman 326. Hay que tomar en cuenta que esta cantidad de artículos son referentes de acuerdo a tamaños y modelos descritos en la tabla 44.

a. Infraestructura

El local donde funcionará la empresa debe tener entre 200 a 300 metros cuadrados, donde se ubicarán las oficinas, espacios de almacenamiento, control de calidad, área de empaque. Con espacios adecuados que permita el libre desenvolvimiento de los empleados y trabajadores. Además debe contar con garaje.

b. Capacidad instalada

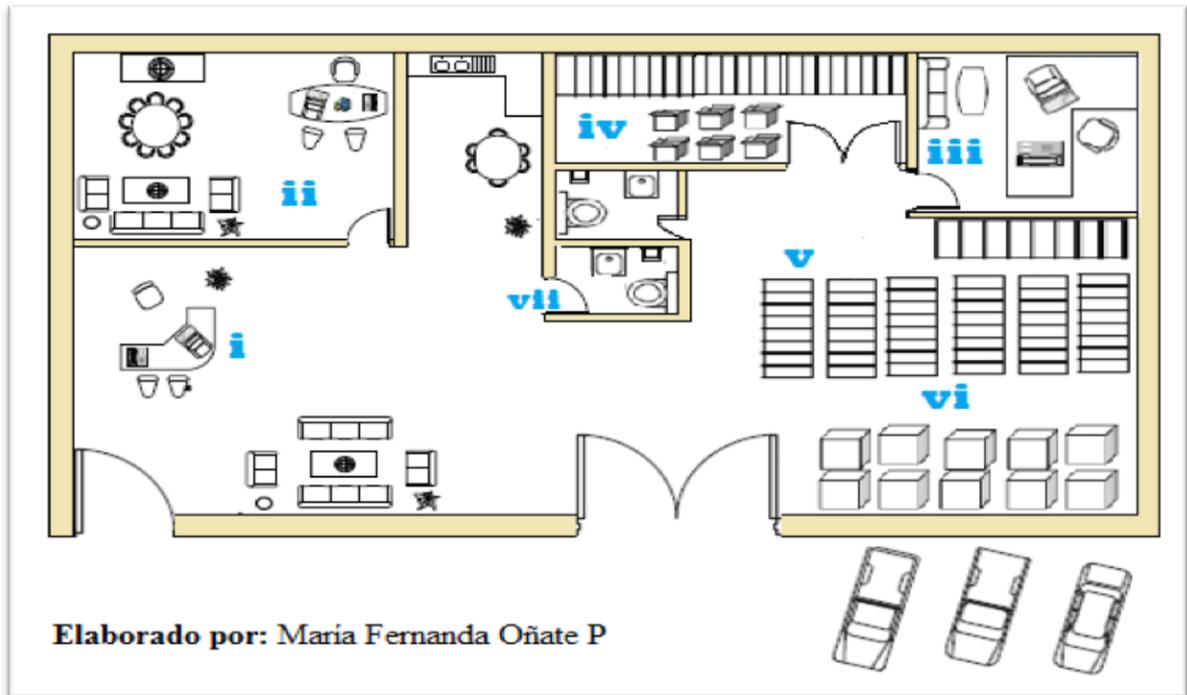
Se comenzara con una capacidad anual de 324.849,60 artesanías lo que implica 27.070,80 artesanías mensuales.

c. Distribución de la planta

Debido a la oferta limitada del proyecto por la capacidad de abastecimiento de los proveedores artesanos, no se necesitara de un gran espacio para realizar los procesos necesarios para la exportación de las artesanías, sin embargo es importante distribuir adecuadamente el espacio físico de manera que se pueda trabajar con mayor agilidad y facilidad.

Con la siguiente distribución del espacio se pretende conseguir que maquinarias, equipos y materiales tengan la menor cantidad posible de recorridos y que no sufran ningún deterioro así como también que se puedan realizar las tareas en forma cómoda y segura y de manera que se optimice el tiempo de trabajo

Plano 1: Distribución de la Planta



- i. Oficina de Secretaria Ejecutiva
- ii. Oficina Gerente General
- iii. Oficina de Producción
- iv. Bodega
- v. Estantería almacenamiento y empaque individual
- vi. Empaque para exportación y almacenamiento
- vii. Servicios Higiénicos
- viii. Estacionamiento

3. Localización del proyecto

a. Macrolocalización

El proyecto, de implementar una empresa exportadora de productos artesanales con fines de promoción y difusión turística al mercado de Londres-Reino Unido se realizará en Ecuador provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga. Por las facilidades logísticas que tiene la ciudad para las actividades de recepción, clasificación y embalaje de las piezas artesanales y envío de las mismas. Ya que además de ser el punto más cercano a las piezas más frágiles del catalogo de productos posee el aeropuerto internacional.

b. Microlocalización

Mapa 1: Localización del Proyecto



Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate Pazmiño

Para determinar la ubicación micro del proyecto consideramos tres opciones las cuales son: sur, centro y norte de la ciudad. Para lo cual se elaboró una matriz en la que se reflejan los factores a considerar para el mejor desenvolvimiento del proyecto.

Tabla 45: Matriz de micro localización (Método de ponderación por sectores)

Factor Relevante	Peso Asignado	Norte		Centro		Sur	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
1. Cercanía a los proveedores	0.20	3	0,60	4	0,80	5	1,00
2. Cercanía a empresas de envió, bancos aeropuertos y centros comerciales	0.15	5	0,75	5	0,60	4	0,60
3. Servicios Básicos	0.10	5	0,50	5	0,50	5	0,50
4. Seguridad	0,15	4	0,60	3	0,45	4	0,60
5. Acceso a Vías de los principales medios de distribución del producto	0,20	5	1,00	3	0,60	3	0,60
6. Costos.	0.15	4	0.60	2	0.30	4	0,60
7. Accesibilidad para los empleados	0.10	5	0,50	5	0,50	5	0,50
Total			4,55		3,75		4,40

Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate Pazmiño

El sector que ha reunido el mayor puntaje es el Norte de la ciudad con 4,55 puntos, por lo que la ubicación del proyecto se realizará en el sector norte vía a quito en las calles Vicente Rocafuerte y Av. Amazonas. El Arriendo mensual es de \$400,00 y la garantía de \$1000,00.

4. Definición del proceso productivo

Tomando en cuenta que el objetivo del proyecto es la exportación de los productos con fines de promoción y difusión turística, este no incluirá los procesos de producción de las artesanías si no los materiales que se utilizarán para promocionar turísticamente los productos y el proceso de exportación de los mismos.

a. Descripción del proceso de exportación

El proceso inicia con el pedido recibido vía e-mail o Fax por parte del cliente; en el cual se detalla las especificaciones requeridas por el mismo. Luego de aquello se envía dichas especificaciones al proveedor para que inicie la producción del pedido.

Una vez terminado el pedido de ser posible con anterioridad al tiempo máximo de entrega requerido por la empresa el proveedor notifica a la empresa para establecer horario de entrega de los productos en ciertos casos previamente estudiados la empresa retirará los productos de las instalaciones de los proveedores pero por lo general los proveedores entregaran el producto final en las instalaciones de la empresa. Antes de que el proveedor reciba su paga las piezas tienen que pasar por un minucioso control de calidad y al tener todo en orden se efectuara la paga a los artesanos proveedores.

Se inicia con los procesos de clasificación, etiquetaje y embalaje respectivos acorde con la pieza artesanal y el sitio que representa turística y/o culturalmente.

Posteriormente se confirma al cliente que el pedido se encuentra listo para el proceso de envío el mismo que se lo realizará ya sea por medio del programa exporta fácil de correos del Ecuador o por los diferentes servicios de exportación que presenta la Aduana los mismos que se coordinaran con los clientes.

1) Exporta Fácil

Es un sistema simplificado, ágil y económico de exportaciones por envíos postales a través del operador postal público.

Los exportadores pueden acceder a este servicio desde cualquier parte del país haciendo uso de una herramienta Web para iniciar los trámites de exportación y obtener la información necesaria para exportar de forma simple, segura y oportuna.

a) Características de exportación

- i. Cada Declaración Aduanera Simplificada (DAS) corresponde a 1 exportación.
- ii. Las exportaciones podrán tener un valor declarado de hasta \$5000 (FOB).
- iii. Se pueden enviar uno o varios paquetes de hasta 30 kilos por cada exportación.
- iv. Se pueden realizar las exportaciones que sean necesarias para concretar su venta.

SEGURO OBLIGATORIO: todos los productos exportados cuyo valor FOB superen los \$ 50, están obligados a contratar un seguro obligatorio, el mismo que se lo cobrará en caja cuando se acerque a concluir su exportación en Correos del Ecuador. Este seguro le da derecho a una indemnización por pérdida y por valor asegurado. Los porcentajes de las primas son: 1.5% en el resto de productos y el 10% de deducible. Este seguro lo brinda Seguros Rocafuerte y el cliente no tiene que hacer ningún trámite adicional.

2) Servicio de exportación con la aduana

Se procederá a la elaboración de la factura y preparación de documentos para la exportación.

El comprador tiene que abrir una carta de crédito a favor de la empresa "InQa Arts." y paga el flete y seguro de transporte. El bróker señalará la fecha, hora y empresa embarcadora.

El día señalado, se trasladará a la empresa embarcadora la mercadería respectiva y se elaboraran los documentos de exportación.

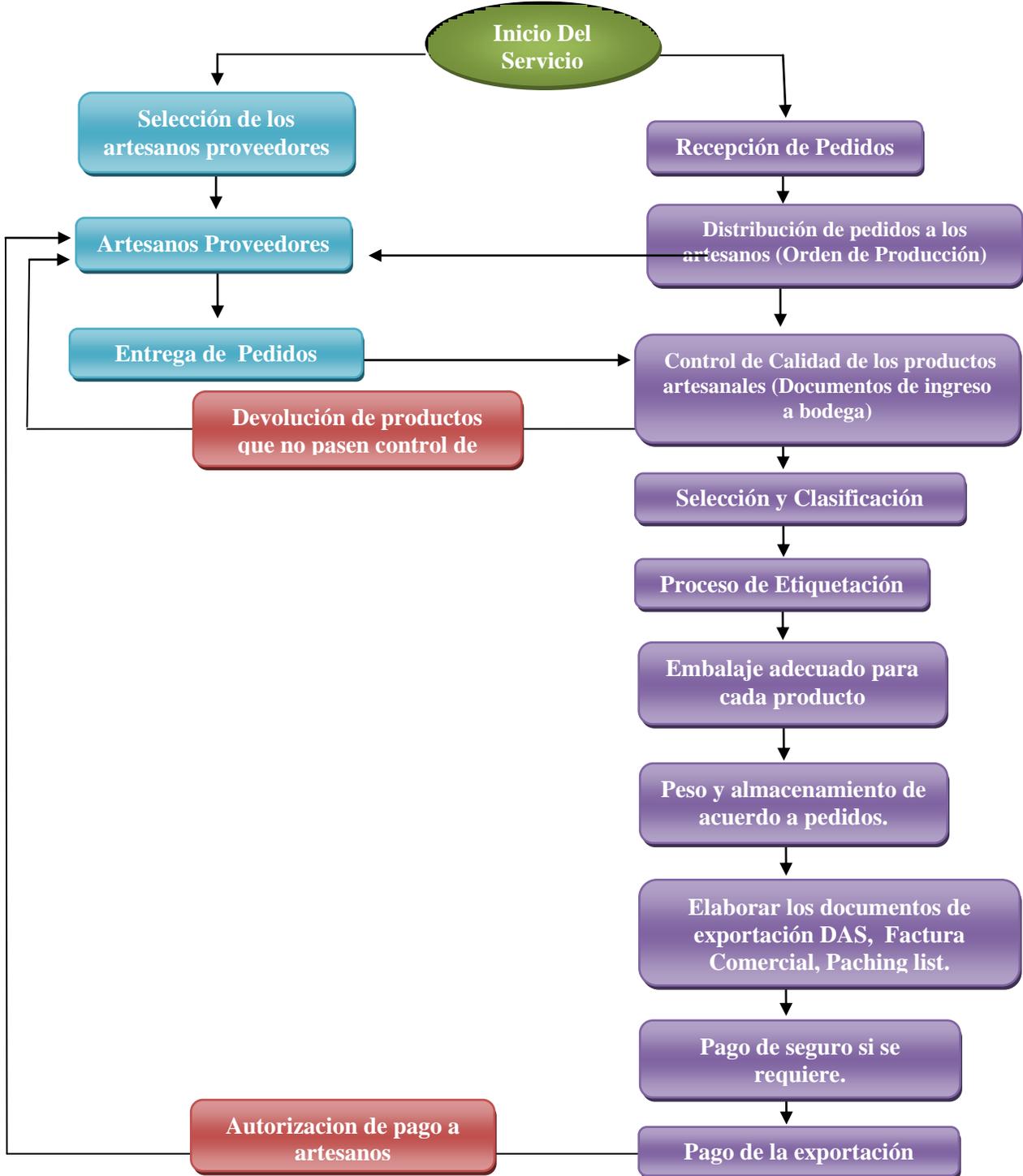
La aduana y el embarcador inspeccionan la mercadería y emiten la correspondiente guía.

La empresa confirma el despacho al cliente y los documentos se envían por fax o e-mail; los originales por Courier para que el importador inicie la desaduanización en caso de requerirlo.

El cliente recibe los productos y ordena el pago al banco, La empresa presenta una copia de los documentos de exportación para poder efectuar el cobro, el banco verifica los documentos y paga.

b. Flujograma de procesos de comercialización de los productos

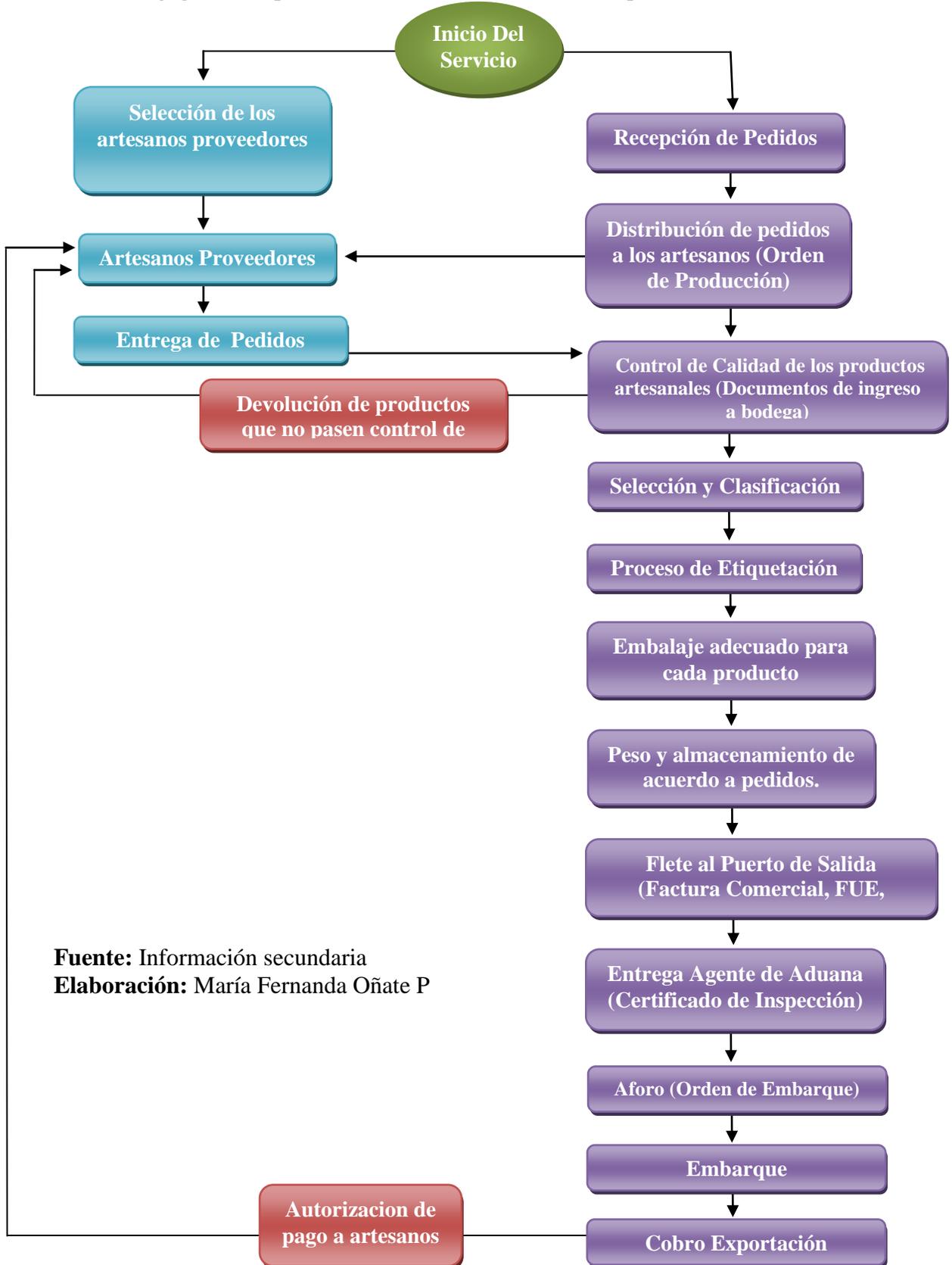
Gráfico 1: Flujograma de procesos de comercialización de los productos (Exporta Fácil)



Fuente: Información secundaria

Elaboración: María Fernanda Oñate P

Gráfico 2: Flujograma de procesos de comercialización de los productos (Aduana del Ec.)



Fuente: Información secundaria
Elaboración: María Fernanda Oñate P

5. Análisis Mercadotécnico

a. Análisis FODA de las 4 P's

Es indispensable realizar un análisis de mercadeo donde se examinen los factores estudiados anteriormente de una manera más precisa y observando cómo influyen en el momento de lanzar un producto al mercado, dichos factores son el precio, la plaza, el producto y la promoción conocidas como las 4p's de mercadeo y los cuales van a facilitar posteriormente la creación de estrategias de venta.

Para llevar a cabo este análisis se agrupó cada uno de los conceptos analizados anteriormente e identificar como es la situación a la que se enfrenta la empresa, ya que ilustra uno a uno los componentes de mercadeo especificando aquellos aspectos relevantes: tanto óptimos como críticos desde dos enfoques como lo son factores externos e internos. El análisis FODA de las 4p's de mercadeo se realizó con el fin de facilitar la obtención de un plan estratégico de venta, pues por medio de este, se involucraron los principales aspectos sirviendo como base para saber cómo enfrentarse al proceso exportador. (Anexo 6)

b. Marketing mix

El marketing mix o la mezcla de marketing es la combinación de elementos o técnicas sobre las cuales puede actuar la empresa de forma planificada. Dichos elementos son los siguientes: producto, precio, plaza y promoción.

1) Producto

Todos los productos deben poseer atributos atractivos para que las personas las adquieran. Para ello las artesanías agrupadas en la cartera de productos de la empresa presentan las siguientes características.

Tabla 46: Características y atributos de las piezas artesanales a exportar

<u>CÓD Y NOMBRE DEL PRODUCTO</u>	<u>ATRIBUTO O CARACTERISTICAS</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>
IM-06-07-50-000-11-000001 Alfombras de Guano	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Por la experiencia de los proveedores en este arte la calidad de los productos es muy alta. ➤ Es un producto de alta durabilidad. ➤ Pulcritud en todo el proceso de elaboración. ➤ La empresa además hace un control de calidad a cada pieza que ingrese a bodega recibiendo así solo los productos que cumplan a cabalidad los estándares impuestos.
	Diseño	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los artesanos de esta localidad tienen la habilidad de realizar cualquier diseño que se les pida, fotografías, logos, etc. Además de contar con una gran variedad de diseños autóctonos, propios o traídos del exterior. ➤ El relieve y acabados son elaborados con gran precisión y cuidado.
	Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Son elaborados según los requerimientos del comprador en cuanto a diseño, colores y tamaño. ➤ No solo sirven de adorno también brindan un beneficio extra al comprador.
	Forma de Elaboración	100% elaboradas a mano y usando fibras animal.
	Empaque	Por la complicidad del empaquetado de estas piezas se ha optado por usar papel envoltorio en color cartón recubierto de plástico burbujas.
	Etiquetado	Las etiquetas serán colocadas con la alfombra y la

		información turística será detallada en un papel envoltorio extra atractivo queira de igual manera en medio de la alfombra.
<p style="text-align: center;"> IM-06-02-60-00-11-000007 IM-18-07-51-00-11-000029 IM-05-06-50-000-11-000044 Artesanía Shigras en fibra vegetal (Cabuya) </p>	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productos elaborados con fibra vegetal que es tratada con técnicas ancestrales para mejor durabilidad y manejo. ➤ Tejido 100% a mano y cuidando cada detalle para la obtención de un producto de alta calidad. ➤ Uso de colorantes naturales que hacen a estos productos más atractivos y vistosos.
	Diseño	A pesar de que no se cuenta con diseños establecidos por el hecho de ser fabricados a mano cada producto es único y por lo general se usan una misma gama de colores representativos para las culturas que los fabrican.
	Beneficios	Productos atractivos y vistosos que no solamente sirven de adorno sino también para portar artículos varios de acuerdo al tamaño de los objetos.
	Forma de Elaboración	Todo el proceso es realizado a mano desde el proceso de obtención de la fibra natural hasta el último detalle para terminar la artesanía.
	Empaque	El empaque para esta artesanía será en cajas de cartón con un lado visible y tapado con plástico transparente. La caja llevarán impresa en la misma promoción turística de Andes Centro .
	Etiquetado	La etiqueta se adjuntará a la artesanía uniéndola con un hilo elaborado en fibra vegetal

<p style="text-align: center;">IM-05-04-58-000-11-000040 Pinturas en arte Naif utilizando natural canvas</p>	<p>Calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productos pintados sobre la piel de borrego previamente tratada para una mayor durabilidad. ➤ Los acabados son realizados con material de la zona procurando que vaya acorde con la representación naif es decir con aspecto un poco rustico agradable para la vista pero manteniendo una buena calidad. ➤ Existe pinturas hechas con esmalte y con oleo las mismas que son elaboradas por manos hábiles y reconocidas.
	<p>Diseño</p>	<p>Los diseños son representaciones de la vida cotidiana de los pobladores de tigua, sus creencias, tradiciones, leyendas, fiestas, etc.</p>
	<p>Beneficios</p>	<p>Producto atractivo a la vista e único que sirve de adorno y a la vez contribuye con el enriquecimiento cultural para los compradores.</p>
	<p>Forma de Elaboración</p>	<p>100% a mano durante todo el proceso desde la obtención y tratamiento de la piel animal hasta la colocación del marco usando pinturas en esmalte u oleo para plasmar las diferentes representaciones que contendrá la pintura.</p>
	<p>Empaque</p>	<p>Cajas de Cartón totalmente recubierta y un poco más resistente a las anteriores en el cartón se plasmara información turística para promover el turismo a la zona.</p>
	<p>Etiquetado</p>	<p>La etiqueta se deberá colocar con la artesanía con un hilo de fibra natural.</p>
<p>I M . 06 . 0</p>	<p>Calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los productos usan materia prima previamente

		<p>clasificada y escogida antes de iniciar el proceso de fabricación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La combinación de totora y cerámica es muy atrayente y usa cerámicas con finos acabados. ➤ La materia prima pasa por un proceso de secado y manejo que favorece a la durabilidad de la materia prima.
	Diseño	Actualmente se maneja pocos diseños con el uso de poco color pero con el tiempo se incrementara el número de modelos y diseños con el uso de este material.
	Beneficios	Algunos productos sirven como adorno en el caso de llamas y otros mientras que otro además del decorativo se les puede dar otro uso como es el caso de llaveros, azucareras, pocillos etc.
	Forma de Elaboración	Todo lo que es el trabajo en totora es elaborada 100% a mano desde el proceso de siembra de la materia prima hasta que la artesanía es terminada.
	Empaque	Los empaques serán en cartón con el lado superior visible y con protección en espuma flex para aquellos productos que incluyen cerámica además en el empaque se imprimirá información turística que contribuya en la promoción y difusión turística de la zona.
	Etiquetado	La etiquetas se colocaran en la artesanía para ello se usara hilos en fibra natural.
	Vida Útil	La totora es una fibra que al ser tratada es muy durable, por lo tanto su vida útil supera los 10 años, pero con simples cuidados esta puede llegar

		a durar indeterminadamente. La cerámica es menos durable a golpes y caídas pero a diferencia de la totora no tiene inconvenientes con altas temperaturas o humedad.
<p>IM-06-01-04-000-11-000018 IM-05-02-02-000-11-0000 34 Artesanías En Semilla (Tagua)</p>	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atractivo por su gran parecido al marfil animal y conocido mundialmente como marfil vegetal. ➤ No es un producto toxico y tratado adecuadamente como artesanía es muy durable. ➤ Es liviano y el material facilita a que los acabados sean de alta calidad.
	Diseño	Por ser un material muy maleable permite realizar en él una infinidad de diseños todo depende de la imaginativa del artesano.
	Beneficios	La tagua es un producto amigable con la naturaleza y sustentable; permite preservar los bosques húmedos tropicales, es una alternativa al marfil y biodegradable. Además de ser vistoso y atractivo.
	Forma de Elaboración	A pesar de que en la actualidad existe maquinaria que facilita la producción de artículos en tagua los artesanos con los que la empresa trabaja aun elaboran sus productos usando las herramientas básicas necesarias para su producción.
	Empaque	De todos los productos con los que la empresa va a trabajar los hechos en tagua serán los únicos productos que poseen un canal de distribución más largo ya que se incluye a vendedores minoristas de la ciudad de Londres por ende estas piezas no poseen empaque individual y serán enviadas en

		cantidades al por mayor en cajas con diseño de la empresa.
	Etiquetado	La etiquetas se colocaran en la artesanía para ello se usara hilos en fibra natural.
	Vida Útil	La tagua bien secada tiene una gran durabilidad mientras que aquellos productos tratados sin un proceso de secado adecuado tienden a reducirse.
IM-18-07-58-000-11-000031 Tapices Salasakas	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productos cuyo tejido por ser manual son de alta calidad. ➤ Productos atractivos y de alta durabilidad. ➤ Usan materia prima de calidad y 100% natural.
	Diseño	Los diseños son llenos de detalles, representan la cosmovisión del Salasaca, tiene también motivos históricos, de igual manera los diseños mantienen la estilización de figuras tridimensionales a figuras geométricas bidimensionales como volcanes, valles, ríos, etc.; hay diseños que representan la cotidianidad de la vida indígena en sociedad, sus vivencias, sus sentimientos, también tenemos varios diseños de nuestra amazonía, animales, paisajes, etc.
	Beneficios	Producto atractivo a la vista e único que sirve de adorno y a la vez contribuye con el enriquecimiento cultural para los compradores.
	Forma de Elaboración	Para tejer el tapiz Salasaka se lo hace a mano con la ayuda de un telar rustico elaborado por los mismos artesanos, parte de la materia prima es obtenida usando técnicas ancestrales mientras que los colores y la mayor parte de la materia prima es

		comprado.
	Empaque	El empaque para esta artesanía será en cajas de cartón con un lado visible cubierto con plástico transparente. La caja llevarán impresa en la misma promoción turística de Andes Centro.
	Etiquetado	La etiquetas se colocaran en la artesanía para ello se usara hilos en fibra natural.
	Vida Útil	Al ser fabricados en fibra natural su durabilidad es mucho más amplia en tiempo que aquellos productos fabricados en fibra sintética.
<p style="text-align: center;">IM-02-01-59-000-11-000047</p> <p style="text-align: center;">Artesanías En Fibra Vegetal Y Animal De La Comunidad De Simiatug</p>	Calidad	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productos elaborados con fibra vegetal y animal que es tratada con técnicas ancestrales para mejor durabilidad y manejo. ➤ Bordados 100% a mano y cuidando cada detalle para la obtención de un producto de alta calidad. ➤ Uso de colorantes naturales que hacen a estos productos más atractivos y vistosos. ➤ Proceso de tejido
	Diseño	➤ Diseños muy autóctonos que representan el diario vivir de la comunidad de Simiatug. De igual forma existen diseños muy coloridos que representa la riqueza de la gama cromática de la localidad, todos los diseños son adaptado a las necesidades actuales o requerimientos que facilitan la vida a los consumidores finales.
	Beneficios	Algunos productos sirven como adorno en el caso de porta retratos y otros además del decorativo se les puede dar otro uso como es el caso de bolsos,

		pantuflas etc.
	Forma de Elaboración	Los bordados y tejidos son elaborados a mano y unidos a las piezas como bolsos sintéticos comprados al por mayor y decorados con los tejidos.
	Empaque	El empaque para esta artesanía será en cajas de cartón con un lado visible cubierto con plástico transparente. La caja llevarán impresa en la misma promoción turística de Andes Centro.
	Etiquetado	La etiquetas se colocaran en la artesanía para ello se usara hilos en fibra natural.
	Vida Útil	Productos de alta durabilidad dependiendo del uso que se le den la vida útil es mayor de un año en la gran mayoría de productos.

Fuente: Información secundaria

Elaboración: María Fernanda Oñate P

a) Estrategias para la distribución y comercialización basadas en el análisis de Producto

i. Estrategia 1. Mejoramiento y Mantenimiento de la Calidad de los productos

La calidad de los insumos es un factor determinante sobre la calidad del producto final. Muchos artesanos emplean insumos de baja calidad por no elevar sus costos, o a su vez no dejan que la materia prima cumpla por completo su ciclo para convertirse en materia de primera calidad y la utilizan antes de tiempo. Otro problema que puede surgir es que los artesanos en su afán de incrementar sus ganancias no fabriquen productos que cumplan los estándares que se requieren para poder posicionarse y mantenerse en el mercado.

Siendo la falta de calidad uno de los principales motivos por los que varios productos han fracasado en el mercado internacional es necesario la elaboración de medidas y regulaciones que permitan combatir a tiempo este problema.

➤ **Medida 1:** Acta de compromiso y control de calidad

- La empresa y los artesanos han de firmar un acta de compromiso la misma que tiene que ser redactada y aprobada encontrándose ambas partes en total acuerdo, la misma constatará los deberes, derechos, requerimientos, multas y sanciones de las partes involucradas, y las demás que cada uno de los involucrados crea pertinente
- Realizar el control de calidad al 100% antes del proceso de empaque de los productos para garantizar el envío de productos de buena calidad que cumpla con los estándares de la empresa y del país destino creando un ambiente de confiabilidad con los clientes. Los productos que no pasen este control de calidad serán reenviados a los artesanos.

➤ **Medida 2:** Capacitación y control

- Se brindará capacitación a los artesanos sobre los beneficios de manejar altos estándares de calidad esta capacitación se realizará antes de firmar un compromiso entre los artesanos y la empresa en el que constará los deberes y derechos de ambas partes y se especificará los requerimientos que la compañía pide sobre las artesanías.
- Se realizarán visitas sorpresas a los artesanos en las que se verificará la calidad de la materia prima, mano de obra, y producto terminado ya que en los controles de calidad que se realizan en la empresa es difícil determinar si la materia prima es la adecuada o si el artefacto fue realizado por personas contratadas bajo todos los beneficios de ley

- La empresa debe brindar capacitaciones continuas sobre calidad y mejoramiento de los productos acorde gerencia lo crea necesario.

➤ **Medida 3:** Implementación de un programa motivacional

La empresa necesita un programa de incentivos y premiación a la calidad esto motivara a todos y cada uno de los artesanos a trabajar arduamente mejorando continuamente sus productos para poder entrar dentro del plan de incentivos y premiación de la empresa.

➤ **Medida 4:** Implementación de programas de producción de artesanías exclusivas

- En lo posible si las artesanías lo permiten lanzar de las mismas productos exclusivos (por el hecho de ser fabricadas a mano cada producto desde ya es exclusivo y único) es decir que tengan un valor agregado algo en especial sobre las demás ya sea materia prima exclusiva, mas dedicación de lo habitual en la producción u otros las mismas que se venderán a mayores precios y se tendrá especial énfasis en las mismas.

ii. Estrategia 2. Ofrecer productos hechos a mano y de materias primas naturales

El aprecio en la sociedad contemporánea por los productos hechos a mano ha dado vida a nuevas tendencias y expresiones creativas, es así como se han venido vinculando a la producción artesanal un mercado exclusivo y exigente.

➤ **Medida 1:** Producción con materiales naturales

- Utilizar materiales que se produzcan y crezcan con facilidad en la naturaleza para que los proveedores no tengan escases de materia prima que traería como consecuencia encarecimiento del producto final.
- Comercializar productos cuyas materias primas sean naturales de manera que este valor agregado contraste con las producciones tecnológicas. De igual manera el hecho

que son únicos y exclusivos por ser fabricados manualmente va a ser de estos productos atractivos y diferenciadores.

➤ **Medida 2:** Productos diferenciables en el mercado

- Dar a conocer el origen de los productos su historia y el valor cultural que conllevan para concienciar a los clientes de la exclusividad y exotismo de los productos con los que la empresa trabaja.
- Dar prioridad a los productos con características distintas de los que ya se comercializan a nuestro mercado meta para ello hacer un breve sondeo de que productos son nuevos y atractivos por su diferenciación.
- Ofertar la posibilidad a los compradores de proponer cambios en los diseños de los productos que deseen comprar siempre y cuando el producto lo permita incluso cambiando colores, tamaños o añadiendo dedicatorias en los mismos.

2) Precio

El precio al que la empresa debe comercializar sus productos debe ser capaz de cubrir todos los costos y brindar utilidad para la compañía.

La estrategia de precios consistirá en entregar precios atractivos y convenientes, observando siempre los de la competencia. Pero por ningún concepto se disminuirá la calidad de las artesanías por otorgar precios más bajos.

Se ha pactado con los artesanos una alianza estratégica en los precios de adquisición de los productos los mismos que se muestran en el anexo 6 al igual que los precios comercialización tomando en cuenta que la empresa incrementara al precio de adquisición el 30% de margen de utilidad.

De igual manera es recomendable pactar una alianza estratégica con la empresa Cartopel de Guayaquil la misma que será la encargada de entregar los diferentes empaques. El precio de alianza estratégica para los empaques tomando en cuenta la variabilidad de tamaños de los mismos es de un promedio de \$0.3878ctvs

Los precios a los que la empresa ofertara los diferentes productos artesanales no incluyen el envío este rubro será determinado según el método de envío que se pacte con los clientes.

a) Estrategias para la distribución y comercialización basadas en el análisis de precio

a) Estrategia 1. Estrategia de penetración

➤ **Medida 1: Margen de Utilidad**

- Ingresar al mercado con precios competitivos, enfocándonos a brindar un margen de utilidad significativo a los importadores, distribuidores y todos los integrantes en la cadena de valor, al ofrecer un producto de calidad a un precio competitivo que permita generar utilidades a quienes sean nuestros proveedores.
- Incrementar los contactos en el exterior con el fin de exportar mayor volumen aprovechando de mejor manera los costos fijos especialmente los de mano de obra.

➤ **Medida 2: Innovación**

- Implementar nuevos productos e innovar los ya posicionados para poder incluir el valor agregado de exclusividad en los precios que se maneje.

➤ **Medida 3: Promociones**

- Una buena estrategia seria el realizar rebajas del 10, 15, 20 % siempre y cuando estas sean analizadas por los directivos y acorde a los estados financieros de la empresa, Las fechas que se deben tomar en cuenta son las festivas como día del padre, madre, san Valentín, navidad.

3) Plaza

La empresa tendrá que gestionar la comercialización en las mejores condiciones, de forma que el producto llegue al consumidor final por el medio más adecuado.

a) Estrategias para la distribución y comercialización basadas en el análisis de plaza

i. Estrategia 1. Comercialización

➤ **Medida 1:** Comercialización directa y por medio de intermediarios

Hemos seleccionado dos formas de comercialización las mismas que contaran con canales cortos de distribución. Estas formas de comercialización son:

- **Proveedor – Intermediario – Consumidor final.-** por medio de una estrategia e-business la misma que será usada principalmente con aquellos productos de menor producción, sin descartar aquellos de mayor producción, este canal corto de distribución brinda varios beneficios tanto a la empresa como a los clientes como son:
 - Evitar que el precio de las artesanías se incremente a niveles que no permitan competir con otros ofertantes.

- Se tendrá un mayor control de la distribución, de manera que se entregue el producto al consumidor final sin alteraciones.
- Mientras más amplio sea el canal de distribución más riesgo corren los productos en sufrir daños.
- A los importadores les brinda la posibilidad de hacer pedidos fácilmente desde cualquier sitio con acceso a internet.
- Los importadores tendrán la posibilidad de hacer sugerencias sobre los productos que deseen comprar, por ejemplo cambiar el tamaño de los productos estándar, probar nuevos colores o diseños para estos, impregnar dedicatorias en los mismos etc.
- Los nuevas productos que se vayan lanzando al mercado internacional serán conocidos en el momento mismo de nuestro lanzamiento por medio del catalogo web.
- Acceso a consultas sobre el estado del o de los pedidos

Gráfico 3: Canal directo de distribución



Fuente: Información secundaria

Elaboración: María Fernanda Oñate P

- **Proveedor – Intermediario – Minorista - Consumidor final.-** De igual manera se procurara realizar alianzas estratégicas con pequeñas empresas minoristas dedicadas a las ventas de nuestros productos en especial de aquellos cuya producción es en mayor escala como son las artesanías en tagua.

Gráfico 4: Canal detallista de de distribución

Fuente: Información secundaria

Elaboración: María Fernanda Oñate P

➤ **Medida 2:** Medio de envío

- Otro aspecto importante para que los productos lleguen a su destino en condiciones adecuadas es el sistema de envío a utilizar la empresa ha visto factible las facilidades que permite el sistema de Correos del Ecuador, con su servicio de Exporta Fácil que entre las principales ventajas que ofrece son el retiro de envíos a domicilio, el seguimiento en líneas de envíos, Créditos y descuentos para clientes corporativos, trámite aduanero gratuito, participación en ferias, entre otras. Este se utilizara como medio de envío primordial sin descartar los otros medios con Aduanas del Ecuador ya sean marítimos o aéreos los mismos que se contrataran bajo previa consulta con los clientes.

ii. Estrategia 3. Continúa comunicación con información veraz con los importadores

➤ **Medida 1:** Manejo de Información veraz

- El tiempos de entrega de los productos se darán a conocer con anterioridad, de manera, que el cliente tenga conocimiento de cuanto tardara su pedido de igual manera publicar en internet la fase en la que se encuentra el pedido para que el cliente tenga una idea del día en el que lo va a recibir.
- Respetar las fases pactadas en todo el proceso para no tener ningún inconveniente en la entrega.

4) Promoción

a) Publicidad

Se diseñaron diferentes estrategias que fortalezcan la publicidad de la empresa. Tomando en cuenta que la información que ella contenga debe estar en idioma inglés ya que es la lengua oficial de nuestro mercado meta.

i. Estrategia 1. Identificación de la empresa

Uno de los errores en la presentación de los productos artesanales es que la gran mayoría se vende sin marca. En el caso de algunas cerámicas y pinturas, solo se encuentra la firma del artesano o diseñador. Lo mismo sucede con los envases en nuestro medio son pocas las empresas que invierten en empaques novedosos que identifica y realzan la artesanía.

Lo que hasta el momento no se ha encontrado en ninguna artesanía en el mercado son hojas de leyenda, donde se incluya instrucciones sobre la manera de conservar el producto y además incluya información histórica del producto que respalde el valor cultural del trabajo que se viene ofreciendo. Esta forma de presentar el producto permite darle un valor agregado distinguiéndole al mismo del resto de productos que existen en el mercado.

➤ Medida 1: Elaboración de la Marca de la empresa

- La marca de la empresa se realizó utilizando colores ocres y cálidos que son muy utilizados por la gente autóctona ecuatoriana, reflejando su cultura.

Las formas impregnadas son formas simples propias de la artesanía ecuatoriana.

La tipografía que simula pinceladas da a notar que la marca se trata de productos hechos a mano

La persona de espaldas es una forma simple, el perfil de una mujer con vestimenta autóctona

Ilustración 1: Marca de la empresa



Elaboración: María Fernanda Oñate P

➤ **Medida 2:** Uso de la Marca País

- Ya que uno de los principales objetivos de la empresa es “Promocionar y Difundir el patrimonio inmaterial artesanal” se cree conveniente hacer uso de la marca país. Ya que la misma fue creada para identificar la mega diversidad natural y cultural de Ecuador. Para ello se requiere solicitar una licencia de uso de la marca.



➤ **Medida 3:** Elaboración de etiquetas

- Las etiquetas deben poseer las 2 marcas con las que vamos a trabajar continuamente la marca propia de la empresa y la marca país además de un diseño innovador y atractivo.
- El tamaño de las etiquetas será de 6 cm. X 5 cm con impresión a ambos lados full color y con información turística del sitio representativo de la artesanía e instrucciones de cuidado de la artesanía si lo requiere.

Tabla 47: Costos Identificación de la empresa “Etiquetas”

Rubro	Precio Uni.	Precio Total
Etiquetas de 8 cm. X 4 cm con impresión a ambos lados full color y con información de la empresa.	\$ 0,0378	\$37,80 (X 1000 uni.)

Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Ilustración 2: Marca de la empresa

Elaboración: María Fernanda Oñate P

➤ **Medida 4:** Elaboración de empaques

- Además de las etiquetas los productos deber poseer un empaque igual de innovador y atractivo que las etiquetas. La empresa Cartopel nos brinda el servicio de diseño de los diferentes empaques totalmente gratuito con la primera compra de 10.000 empaques el precio promedio que esta a determinado teniendo en cuenta la gran variabilidad en tamaños de nuestros productos en \$0,35

Ilustración 3: Empaques de la empresa



Elaboración: María Fernanda Oñate P

ii. Estrategia 2. E-commerce (e-bussines)

Debido a que las ventas de artesanías se realizarán al consumidor final o a los importadores minoristas. Como medio de promoción y publicidad se utilizarán los medios directos, con el fin de poder llegar efectivamente a la mayor parte del mercado meta. Los productos utilizarán el comercio vía Internet y la publicidad de la página web de la empresa y en diferentes redes sociales.

➤ Medida 1: Elaboración de la página web

- Lo primero en hacer es diseñar una página web en donde se publiciten y se pueda hacer compras en línea. La página web de la empresa debe ser atractiva, dinámica, sencilla, de fácil utilización y contener los datos de la empresa, el catálogo de productos con sus respectivas características (peso, dimensiones, opciones de colores,

tamaños y características sobre elaboración), la promoción turística cultural y natural del área de su fabricación de cada artesanía y todos las ventanas necesarias para realizar una compra segura en internet.

Ilustración 4: Pagina Web



Elaboración: María Fernanda Oñate P

- **Medida 2:** Uso de las redes sociales para promoción de la empresa y de los atractivos naturales y culturales de Andes Centro.
- **Facebook, Twitter, YouTube, Blog Corporativo:** Las redes sociales permiten mantener contacto directo con los consumidores, ya que permiten conocer de una forma más profunda a los clientes posibles y potenciales, determinando de esta manera los ajustes requeridos a los productos o servicios que ofrecen; reforzando la imagen de la empresa como una sociedad preocupadas por las necesidades de sus consumidores finales.

Para la utilización de las redes sociales es necesario mencionar algunos puntos básicos que ayudarán a aprovechar al máximo esta maravillosa herramienta, induciendo a una comunicación más efectiva y que ayude a captar la atención del cliente como:

- Determinar qué información se publicará y a quién estará dirigida, Enfocar la información correcta a la audiencia correcta es fundamental, porque de esta manera podremos lograr nuestro principal objetivo, que es transmitir un mensaje positivo sobre nuestra marca.
- Crear aplicaciones que permitan a los usuarios dar sus opiniones y sugerencias sobre lo que esperamos de nuestra marca, para así identificar los factores clave que nos ayudarán a dar mayor servicio y calidad en nuestros productos.
- Las redes sociales cambian al día y la gente está acostumbrada a ver algo nuevo cada 24 horas, razón por la cual este tipo de publicidad tiene que ser el doble de creativa.

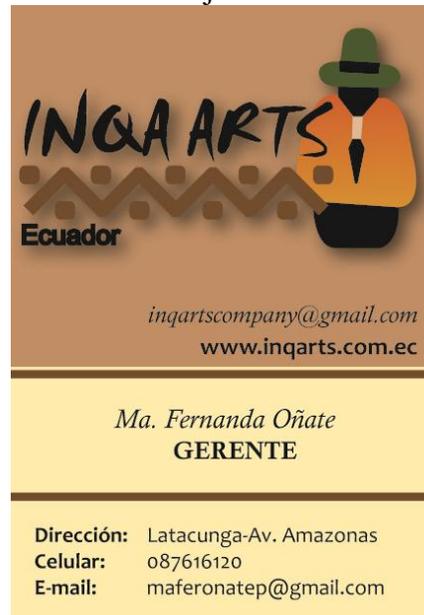
Para la utilización de las redes sociales lo primero que se necesita es una dirección de correo electrónico la dirección de la empresa va a ser creada con el nombre de ingqartscompany@gmail.com, la misma que nos permitirá acceder a las redes sociales que se utilizarán para potencializar la difusión de la empresa en el mercado meta como son twitter, facebook y youtube

iii. Estrategia 3. Otros medios publicitarios

- **Medida 1:** Elaboración de material publicitario atractivo para atraer a clientes.

- Buscar importadores minoristas en London a los que se les enviara una hoja publicitaria de “INQA ARTS” con toda la información de contacto invitándoles a visitar la página web o establecer una comunicación más directa a fin de mostrarles los productos y comenzar una negociación.
- Elaborar las tarjetas de presentación de lo empresa.

Ilustración 5: Tarjetas de Presentación



Elaboración: María Fernanda Oñate P

- Elaborar trípticos, dípticos, hojas publicitarias de la empresa y sus productos ya que en el medio de comercialización artesanal es muy raro ver este tipo de elementos publicitarios será atractivo y nuevo en este mercado.

Ilustración 6: Hojas Membretadas



Elaboración: María Fernanda Oñate P

Ilustración 7: Volantes Publicitarios



About the Company

Inqa Arts is a company created to help contribute to the development of the local economy of the Andes Region of Ecuador, through the selling of hand-craft products that have a high symbolic value for our indigenous culture. Also the company aims to promote tourism and awareness of the region in other parts of the world in order to help improve the quality of life of the local people.






CONTACTS

Web site: www.inqarts.com.ec
 E-mail: inqartscompany@gmail.com
 Address: Vicente Rocafuerte St. and Amazonas Av.
 Phone: (593) 32 832 456
 Cellphone: (593) 87 616 120

LATACUNGA - ECUADOR

Elaboración: María Fernanda Oñate P

iv. Costos de Publicidad

Los costos anuales de todas las estrategias de promoción se muestran a continuación en la tabla 15.

Tabla 48: Costos “Publicidad”

Productos	Cantidad	Precio unitario (\$)	Precio Total (\$)
Tarjetas de presentación	10.000	0,05	500,00
Hojas Publicitarias	10.000	0,03	300,00
Dípticos Full Color	10.000	0,12	1200,00
Dominio Anual de la Pagina Web	1	80	80,00
Inscripción Servicio de Internet	1	50,00	50,00
Servicio de Internet	12	20,16	241,92
Diseño de la Pagina Web y Blog	1	300,00	300,00
Diseño de las Redes Sociales	2	0,00	0,00
Etiquetas y empaques	324849,60	0,3878	125976,67
Entrega de material promocional	1	500,00	500,00
Total Gatos Publicitarios			\$ 129.098,59

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

b) Promoción

Para impulsar las ventas se incentivara a los clientes con diferentes estrategias.

i. Estrategia 1: Políticas de promoción

➤ Medida 1: Reconocimientos a clientes.

- Como una forma de incentivo hacia nuestros clientes se les otorgar reconocimientos por ser parte de los compradores responsables que adquieren productos hechos a

mano, en su gran mayoría elaborados con productos naturales y que encierran un alto valor cultural además que contribuyen con el progreso de las comunidades influyendo en la economía local.

Los reconocimientos serán elaborados y enviados a nuestros clientes registrados en nuestra base de datos, los envíos ser realizarán cada 6 meses y se enviara un reconocimiento por cliente.

El modelo del reconocimiento se detalla a continuación:

Ilustración 8: Modelo de reconocimiento a clientes



Elaboración: María Fernanda Oñate P.

- **Medida 2:** Rifa anual de 2 tickets aéreos con destino Ecuador.
 - Se rifara 2 tickets aéreos uno por ganador con destino Ecuador los mismos que serán entregados bajo previa solicitud del ganador con fecha que el detalle entre los meses

Febrero-Mayo y Septiembre-Noviembre, este premio tiene como fecha de caducidad un año a partir del día de notificación al ganador e incluirá los tickets aéreos además de información detallada de Ecuador (Hoteles, agencias, sitios de interés turístico, precios en general, información relevante, etc.) y un tour por los diferentes talleres artesanales con los que la empresa labora.

El sorteo se llevara a cabo el último viernes del año y 2 de los clientes serán los afortunados en ganar este premio. La empresa decidirá acorde a costos y si se logra alianzas estratégicas la compañía aérea en la que se entregara el premio a los afortunados los mismos que en común acuerdo deberá escoger la fecha de vuelo de ida siendo la de retorno libre para cada uno.

Para el sorteo la empresa registrara en una base de datos la información de los clientes brindando un boleto por la compra el producto más económico y 25 por el producto más costoso y acorde a esta información se determinara el número de boletos equivalentes de cada artesanía.

- **Medida 3:** Realizar promociones por fechas especiales como san Valentín, navidad, fin de año.
 - Por medio de material principalmente digital se mantendrá una continua comunicación con los actuales clientes de la empresa y con clientes potenciales y se les informara de los descuentos especiales y políticas de promoción que la gerencia determine entre estas tendremos promociones de 2x1, descuentos de 10, 20 y hasta 30% en nuestros productos etc.

- **Medida 4:** Brindar información turística como valor agregado a la venta de artesanías.
 - A pesar que en la actualidad con la elaboración y ejecución del “Plan Integral De Marketing Turístico 2009-2014” Ecuador ha puesto un mayor énfasis en la promoción y difusión turística del país en los mercados claves y de consolidación

falta todavía un nivel de inversión que no permite tener la cuota de voz necesaria para superar el desconocimiento sobre la oferta turística global del país y de uno de los productos más valiosos con los que se cuenta como es “La Avenida de los Volcanes”.

Es por ello que la empresa “Inqa Arts.” mediante la comercialización de productos artesanales cree conveniente el brindar información turística como un valor agregado a la compra de los productos artesanales.

A continuación se detalla la información turística de Andes Centro que se utilizara como valor agregado en empaques como en otro material promocional, esta información deberá ser actualizada cada 6 meses o según los requerimientos de la empresa bajo previo análisis de los niveles directivos.

Tabla 49: Contenidos a utilizar para la promoción y difusión turística de Andes Centro

ZONA	INFORMACIÓN ESPECIFICA	INFORMACIÓN ADICIONAL	FOTOGRAFÍA REFERENCIAL
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); text-align: center;">COTOPAXI</p>	<p style="text-align: center;">Avenue of the Volcanoes</p> <p>A walk among giants where dozens of snow covered volcanoes form a curious alleyway. This area is home to isolated indian villages and colonial settlements that contrast with the biodiversity of some of the country's wildest and most beautiful scenery</p> <p style="text-align: center;">Ecuador Love Life</p>	<p>Cotopaxi Volcano</p> <p>Centered around cloud-wreathed Cotopaxi volcano at 19,347 feet one of the highest active volcanoes on Earth. Cotopaxi National Park "is Ecuador's most visited national park after the Galápagos</p>	
		<p>Saquisilí and Zumbagua's Markets</p> <p>Experience a completely authentic experience as you visit the markets where the indigenous population comes to trade and barter. These markets are more geared toward the inhabitants in the region than towards tourists and will give you insight to the</p>	

		<p>daily life in the Andes.</p> <p>Quilotoa Lake</p> <p>The emerald green and blue waters of this immense lake located inside the fallen crater of the volcano is still active but there is no activity at this time, save for some fumaroles that can be observed bubbling up from the bottom of the lake.</p>	
		<p>Cotopaxi National Park</p> <p>The Cotopaxi National Park is a massive nature reserve and the most popular in Ecuador with an area of 33393 ha. This stunning park possesses both natural wonders and a fascinating history. Perfect for a magical journey into Ecuador's natural heritage.</p>	

The Art of Tigua

The indigenous artists of Tigua are renowned for their colorful paintings depicting life high in the Andes mountains of rural Ecuador. Their paintings, all done on sheep hide with enamel paint, reflect the history, festivals and rich legends of the people whose traditions date back to pre-Columbian times.



The Mama Negra.

A festivity which takes place in the city of Latacunga is one of the most fascinating cultural events in Ecuador for the emblematic “melting pot” of wildly divergent cultural traditions: Spanish, Inca, Aymaran, Mayan and African.



TUNGURAHUA

Baños

It is located in a valley with waterfalls and hot springs next to the Tungurahua volcano. The city is surrounded by beautiful rivers that serve as the setting for adventure sports.

This paradise is the gateway to Amazon, with lush vegetation worthy of admiration of all who visit this beautiful town.



Tungurahua Volcano

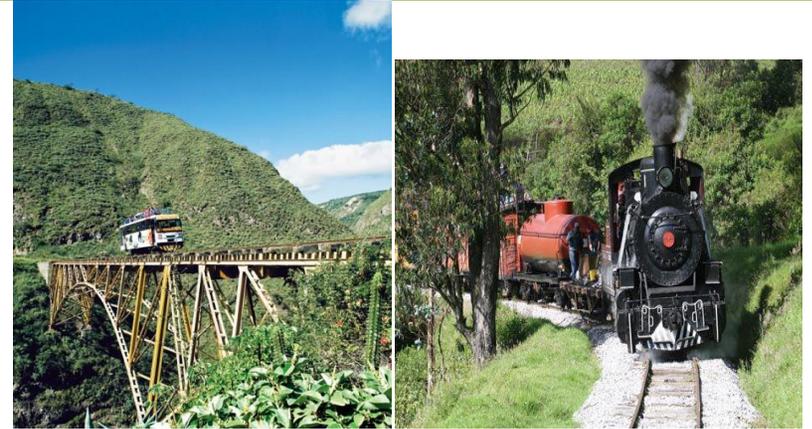
It is an active volcano. The name “Tungurahua” is a combination of the quichua words tunguri (throat) and rahua (fire). At the present time access to the summit of this mountain is prohibited due to volcanic activity; however, you can visit the cloud forests where you can see waterfalls, streams, colorful species of birds, beautiful orchids, caves, canyons and enjoy the landscape.



		<p>Salasaka Market</p> <p>The Salasacas are the most important indigenous group of the province of Tungurahua. These people have preserved their traditions, customs and political organization. The production of these tapestries is still packed full of pre-Colombian traditions and designs, which strengthens the identity of this important indigenous group.</p>	
<p>CHIMBORAZO</p>		<p>Chimborazo volcano</p> <p>Chimborazo, the highest mountain in Ecuador and also the point on the surface of the Earth nearest to the sun. It is a massive volcano covered with glaciers and the center of the preserved "Fauna Production Reserve of Chimborazo".</p>	

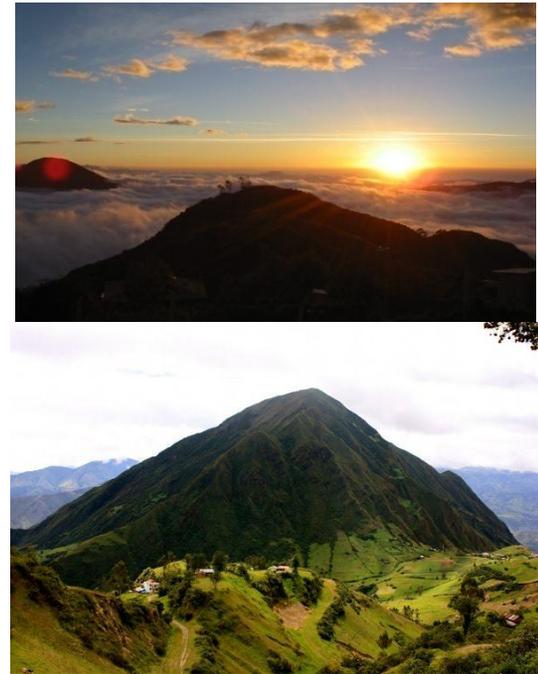
Devil's Nose

It is the main attraction of the Ecuadorian Railway. It was hailed as a triumph of railway engineering, and it is now one of Ecuador's main attractions



The Lost Pyramid Puñay

The most important archeological site in Ecuador is the pre-Incan pyramid built 2400 years BC on the peak of a mountain in the Andes. The pyramid is called Puñay and is 450 meters long and 40 meters tall and built at 3245 metres above sea level making it the highest located pyramid in the world.



Fauna-Production Reserve.

It is so called because hundreds of vicuñas (a wild relative of the llama) live and breed here.



Sangay National Park

Declared a UNESCO World Heritage Site, it encompasses a stunning variety of landscapes and eco-systems, which fluidly blend into one another as the snowcapped mountains, the paramos, misty cloud forests, tropical rainforest and others.



BOLÍVAR

Guaranda´s carnival

This is a mixture of festivities originated in the Catholic religion and in Inca rituals celebrated every year in February, that includes parades, singing, dancing, water, liquor and food. Carnival is the essence of the identity of the province of Bolivar.



Salinas de Guaranda.

It is famous for its brand of cheeses called Salinerito as well as wool spinning and dye mills. The area is surrounded by salt formations left over from salt mining. It is also has a major sweets industry and has walking and fishing areas along with horse riding facilities.



Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate Pazmiño

ii. Costos de Promoción

Los costos anuales de todas las estrategias de promoción se muestran a continuación en la tabla 15.

Tabla 50: Costos de promoción

Productos	Precio unitario (\$)
Incentivo por medio de rifas	3200,00
Reconocimientos	800
Total	4000,00

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

6. Equipamiento para la empresa

Es necesario adecuar la empresa para facilitar los procesos y cumplir con éxitos los objetivos de la empresa, para lo cual la empresa debe proveerse de maquinarias y equipos para la manipulación de artesanías así como para el envío de igual manera se requiere de mobiliario y tecnología para que cada nivel jerárquico puede desempeñar sus funciones de una forma cómoda, ordenada y ágil, también hay que tomar en cuenta materiales menos importantes pero necesarios para ejecutar de forma apropiada las actividades diarias de la empresa como menaje, materiales improductivos y otros.

Analizando esto se ha realizado una selección de los requerimientos para implementar en la empresa el mismo que se muestra a continuación en la tabla 19

Tabla 51: Requerimiento de la empresa. (Activos Fijos)

DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO	
		UNITARIO	TOTAL
1. Vehículo (Cronos 3.0 Ton.)		\$20.490,00	\$20.490,00

2. Maquinarias y Equipos		\$7.216,40	\$7.216,40
➤ Montacargas Manual	1	250,00	250,00
➤ Empacadora y selladora semi automática	1	\$5.566,40	5.566,40
➤ Balanza electrónica 30 Kg/66Lb x 1 gramo	1	\$210.00	\$210.00
➤ Balanza electrónica Industrial De 300 Kg / 660 Libras	1	\$340.00	\$340.00
➤ Kit de Vigilancia por internet	1	\$850.00	\$850.00
3. Equipo de Oficina		\$ 1.433,70	\$ 2.026,70
➤ Impresora, Copiadora, Scanner, Fax (Epson Stylus Office Tx600FW)	1	\$230,00	\$ 230,00
➤ Teléfonos (Gerencia, recepción y área de comercio exterior y marketing)	3	\$16,50	\$ 49,50
➤ Computadora Principal gerencia (CPU AMD PHENOM II X4 955 blk, gigabyte M68MT, DDR3 Samsung 4GB 1333 Mhz, Samsung interno 500 GB, Monitor BenQ 18.5" LCD, Lector Grabador Multi SD, DVDRW Samsung 22 X Sata Negro, Regulador SES 1000 VA 8 Tomas)	1	\$627,20	\$ 627,20
➤ Computadoras secundarias recepción comercio exterior (CPU AMD PHENOM II X2 955 blk, gigabyte M68MT, DDR3 Samsung 2GB 1333 Mhz, Samsung interno 500 GB, Monitor BenQ 18.5" LCD, Lector Grabador Multi SD, DVDRW Samsung 22 X Sata Negro, Regulador SES 1000 VA 8 Tomas)	2	\$560,00	\$ 1.120,00
4. Equipos de Servicios		\$ 343,90	\$ 343,90
➤ Cafetera 800 Watts De Potencia 1,25 Litros	1	\$21.90	\$21.90
➤ Nevera Minibar Daewoo FR146	1	\$227.00	\$227.00
➤ Aspiradora Electrolux Ergolite	1	\$95.00	\$95.00
5. Muebles y Enseres.		\$ 2.930,00	\$ 5.330,00
➤ Counter de Recepción	1	\$ 320,00	\$ 320,00
➤ Escritorios (Gerencia)	3	\$ 180,00	\$ 540,00
➤ Sillas	10	\$ 40,00	\$ 400,00
➤ Sillonería de Recepción	1	\$ 400,00	\$ 400,00
➤ Mesa de Reuniones	1	\$ 350,00	\$ 350,00

➤ Archivadores	3	\$ 240,00	\$ 720,00
➤ Estanterías Metálicas (área de embalaje y almacenamiento)	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00
➤ Mesas (área de embalaje y almacenamiento)	3	\$ 200,00	\$ 600,00
➤ Separador de oficinas	1	\$ 1000,00	\$ 1000,00
6. Menaje		\$ 470,85	\$ 475,80
➤ Vajilla, 20 piezas	1	\$20.90	\$20.90
➤ Cubiertos 24 piezas	1	\$14.50	\$14.50
➤ Vasos (Peldar 8oz)	12	\$0.45	\$5.40
➤ Recipientes (azucareras, saleras, porta café, chocolate, te)	—	\$4.50	\$4.50
➤ Artículos decorativos (Cuadros, Floreros, Adornos)	—	\$300.00	\$300.00
7. Material Improductivo.		\$ 217,26	\$ 580,95
➤ Papel Bon A4 (Resma)	5	\$3,95	\$19,75
➤ Esferográficos Azul Bic	24	\$0,2083	\$5,00
➤ Folder Archivadores	5	\$10,00	\$10,00
➤ Perforadora (Kw. Trio 912 Mediana)	4	\$3,50	\$14,00
➤ Grapadora (Kw. Trio 912 Mediana)	4	\$4,00	\$16,00
➤ Documentos de funcionamiento (Facturas Comerciales, Órdenes de Producción, Documento de Ingreso y egreso de artesanías, Órdenes de Pago, etc.)	1 1 1 1	\$45,00	\$45,00
➤ Balde de trapeador y trapeador con 10 repuestos	1 1	\$35,00	\$35,00
➤ Detergentes (Caneca Marca DG)	1	\$35,00	\$35,00
➤ Dispensador de papel Rollo Jumbo de Baño y 6 rollos Jumbo	6	\$53,00	\$53,00
➤ Jabón Líquido Antibacterial (Galón Marca Mavis)	2	\$9,00	\$18,00
➤ Jabón para Platos	12	\$0,60	\$7,20
➤ Ambientales (Galón Marca DC)	1	\$8,00	\$8,00
➤ Recipientes Varios	1	\$10,00	\$10,00
8. Movilización	—	\$1,600,00	\$1,600,00
9. Tecnología		\$ 180,00	\$ 180,00
➤ Base de datos (Clientes, Proveedores, productos disponibles). Instalación de la red interna de la empresa.	---	\$100,00	\$100,00

10. Instalaciones		\$ 110,00	\$ 110,00
➤ Instalación Línea Telefónica	—	\$60,00	\$60,00
➤ Instalación de Internet	—	\$50,00	\$50,00

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate Pazmiño

a. Determinación de los servicios básicos y mantenimiento de la empresa

Tabla 52: Requerimiento de Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS		
DETALLE	VALOR	
	MES	AÑO
Electricidad	45,00	540,00
Agua Potable	17,00	204,00
Teléfono – Internet	84,09	1.009,08
TOTAL	\$ 146,09	\$ 1.753,08

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate Pazmiño

C. DEFINICIÓN DE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Análisis administrativo

a. Direccionamiento estratégico de la empresa

1) Nombre de la empresa

Analizando los tipos de compañías vigentes para el país se ha determinado que la mejor opción para el tipo de la empresa a constituir es la de “*Compañía de Responsabilidad Limitada*” por lo que el nombre oficial de la empresa se ha determinado en “INQA ARTS CIA LTDA”

2) Misión

✓ Misión empresarial

Satisfacer las necesidades y requerimientos del mercado meta, entregando productos únicos y de calidad, brindando excelente servicio, comercialización, distribución y buen manejo de la logística.

✓ Misión social

Representar los intereses, las exigencias y las expectativas de los artesanos, favoreciendo su desarrollo para conseguir un crecimiento sostenido a largo plazo que les permita mejorar su calidad de vida, manteniendo vivo el arte de la fabricación de artesanías los mismos que servirán como medio de promoción y difusión turística de Andes Centro.

3) **Visión**

✓ **Visión empresarial**

Ser una empresa líder en la exportación de productos artesanales de calidad, reconocida a nivel nacional e internacional por ofertar productos únicos al consumidor así como desarrollar y mantener relaciones de negocios éticas y duraderas con nuestros clientes.

✓ **Visión social**

Ser una empresa líder en establecer acciones estratégicas que fortalezcan al sector artesanal de la zona centro del país como un componente de la reactivación económica y turística de la zona.

4) **Objetivos de la empresa**

- ✓ Fomentar el desarrollo de los artesanos, consolidando su oferta exportable en el mercado internacional y que la misma nos permita promocionar y difundir turística y culturalmente la región Sierra Centro.
- ✓ Mejorar continuamente la producción de las artesanías para asegurar la permanencia en el Mercado meta.
- ✓ Aumentar la satisfacción de los clientes, mediante la renovación continua.
- ✓ Cumplir con los pedidos acordados con los clientes.

5) **Estrategias**

- ✓ La sensibilización y concientización a los artesanos de las oportunidades existentes en los mercados externos.
- ✓ Formular un plan estratégico de posicionamiento enfocado al mercado meta

- ✓ Contacto con organizaciones como Corpei que cuentan con un programa de apoyo a la exportación y prosee información para asistir a ferias promocionales internacionales.
- ✓ Participar en actividades de promoción en eventos afines al sector, tanto dentro del país como también en el exterior, muchas de ellas con aval de instituciones oficiales de promoción externa.

6) Valores

Los valores son aquellos principios que guían el comportamiento del ser humano ya sea en forma individual y colectiva, los mismos que hay que cultivarlos convirtiéndose en una de las bases principales que determina quiénes somos y hacia dónde vamos. La empresa “Inqa Arts Cia Ltda.” ha definido los siguientes valores como la base para lograr los objetivos propuestos.

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Cumplimiento
- Confianza
- Solidaridad
- Ética
- Honestidad
- Respeto
- Lealtad

b. Estructura organizacional

Los organigramas a implementarse son los que se aprecian a continuación

1) Organigrama funcional y estructural de la empresa

Gráfico 5: Organigrama estructural de la empresa “Inqa arts Cia Ltda.”



Fuente: Información Secundaria
Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Gráfico 6: Organigrama funcional de la empresa “Inqa arts Cia Ltda.”



Fuente: Información Secundaria
Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

Con la estructura organizacional que se ha definido para la empresa exportadora de artesanías al mercado de Londres Reino Unido con fines de promoción y difusión turística el Gerente tiene la facilidad de estar al tanto de todo lo que sucede en la compañía, de manera que pueda tomar decisiones y realizar cambios adecuados ante las circunstancias que se presenten.

2) Perfil y descripción de los cargos requeridos por la empresa “Inqa Arts Cia Ltda.”

a) Perfil del nivel directivo

⇒ **Objetivos del nivel directivo**

- Mantener una buena relación entre departamentos y con los clientes
- Cumplir con todos los procesos necesarios para la consecución de objetivos
- Procurar el trabajo en equipo, teniendo en cuenta la calidad del servicio
- Cumplir y hacer cumplir las normas y políticas de la empresa

i. **Título del puesto:** Gerente General

⇒ **Requisitos:**

- **Tipo de Profesional:** Estudios superiores en ingeniería en ecoturismo, administración de empresas, comercio exterior o carreras afines.
- **Experiencia:** Dos o más años de experiencia en dirección de empresas, procesos de exportación y proceso de promoción turística.
- **Conocimientos:** Dominio del idioma inglés, conocimientos en administración, marketing turístico, recursos humanos.
- **Destrezas:** Trabajo bajo presión, toma de decisiones acertadas, manejo del personal, exportaciones, trato con clientes.

- **Subrogación:** En caso de ausencia será reemplazado por quién el designe siempre y cuando estén de acuerdo los socios o propietarios de la empresa.
- **Perfil del puesto:** Prever, planificar, organizar dirigir, coordinar y controlar todo lo concerniente a la empresa y el personal.

⇨ **Responsabilidades**

La gerencia es la responsable en:

- La conducción de la empresa y el cumplimiento de políticas, objetivos y metas fijadas mediante la planificación, coordinación y control de todos los procesos.
- La toma de decisiones prontas e inteligentes basadas en un análisis que ayude a coordinar y actualizar las diferentes áreas.
- Debe estar al día en noticias acerca de la competencia y de nuevas formas tecnológicas. Para elaborar planes de acción y no quedarse rezagado.
- Es necesario que mantenga una línea directa de comunicación con sus colaboradores para estar bien informado.
- Lograr ventajas competitivas para la empresa que la posicionen entre las mejores.
- Manejar los fondos y bienes de la empresa.

b) Perfil del nivel ejecutivo

⇨ **Objetivos del nivel ejecutivo**

- Mantener una buena relación entre departamentos y con los clientes
- Cumplir con todos los procesos referentes al cargo además de los extras implementados por la gerencia acorde a las necesidades de la empresa.
- Procurar el trabajo en equipo, teniendo en cuenta la calidad del servicio
- Cumplir con las normas y políticas de la empresa.

i. Título del puesto: Secretaria Ejecutiva

⇨ **Requisitos:**

- **Tipo de Profesional:** Estudios superiores y título de CPA.
- **Experiencia:** Uno o más años de experiencia en puestos afines, procesos de exportación y proceso de promoción turística.
- **Conocimientos:** Nivel avanzado del idioma inglés, conocimientos avanzados de contabilidad y administración, marketing, recursos humanos.
- **Destrezas:** Buen trato con clientes y proveedores, proactiva, eficiente y eficaz, trabajo bajo presión, disponibilidad de tiempo para realizar horas extras.
- Subrogación:** En caso de ausencia será reemplazado por quién el gerente lo designe.
- **Perfil del puesto:** Debe ser una persona de buen carácter con disposición de trabajo bajo presión, tiene que lograr una buena relación con gerencia, proveedores, clientes y demás empleados de la empresa. Tienen que ser discreta con la información que se le confié y tener experiencia en llevar la contabilidad de empresas además de técnicas de archivo y redacción de informes a gerencia.

⇨ **Responsabilidades**

La secretaria ejecutiva es la responsable en:

- Recibir pedidos y emitir los mismos a los proveedores en tiempo record para cumplir acorde a lo establecido en los cronogramas de la empresa.
- Elaborar todos los documentos de exportación sin errores para evitar complicaciones en los envíos.
- Simplificar la información recibida tanto de gerencia como de los demás niveles jerárquicos y hacer llegar a las personas pertinentes dicha información simplificada, clara y precisa

- Apoyar en todo lo que este al alcance a gerencia y a los demás departamentos de la empresa.
- Llevar la contabilidad de la empresa así como también la agenda.
- Tomar las decisiones con respecto a su cargo y las responsabilidades que se le asignen.
- Redactar las cartas, memorándum, requisiciones y demás documentos que el gerente requiera.
- Preparar y ordenar la documentación e información relacionada con el pago de impuestos.
- Informar a gerencia cualquier anomalía.
- Manejo de Caja Chica.

ii. Título del puesto: Jefe de operaciones

⇔ **Requisitos:**

- **Tipo de Profesional:** Técnico o Tecnólogo en industria o carreras afines
- **Experiencia:** Uno o más años de experiencia en, manejo de bodega o puestos afines
- **Conocimientos:** Nivel intermedio del idioma inglés, Inventarios, trato con personal
- **Destrezas:** Observador, ordenado, proactivo, eficiente, eficaz, trabajo bajo presión, disponibilidad de tiempo para realizar horas extras.
- **Subrogación:** En caso de ausencia será reemplazado por quién el gerente lo designe.
- **Perfil del puesto:** Debe ser una persona responsable, que tenga buen ojo para cuidar de detalles que no tenga problemas con trabajar bajo presión, comunicativo ordenado y que posea licencia de conducir.

⇒ **Responsabilidades**

El jefe de operaciones es el responsable en:

- Reportar a gerencia las necesidades de materiales que se vayan presentando.
- Es responsable de las herramientas y equipos de la empresa.
- Actualizar los inventarios para verificar que no hayan faltantes y prever escasez de algunos materiales.
- Mantener todo lo relacionado al área operativa en perfecto orden.
- Llevar el control de calidad de todas las piezas artesanales
- Elaborar todos los documentos de exportación sin errores para evitar complicaciones en los envíos.
- Simplificar la información recibida tanto de gerencia como de los demás niveles jerárquicos y hacer llegar a las personas pertinentes dicha información simplificada, clara y precisa
- Apoyar en todo lo que este al alcance a gerencia y a los demás departamentos de la empresa.
- Llevar la contabilidad de la empresa así como también la agenda.
- Tomar las decisiones con respecto a su cargo y las responsabilidades que se le asignen.
- Redactar las cartas, memorándum, requisiciones y demás documentos que el gerente requiera.
- Preparar y ordenar la documentación e información relacionada con el pago de impuestos.
- Informar a gerencia cualquier anomalía.

iii. **Título del puesto:** Jefe de ventas

⇨ **Requisitos:**

- **Tipo de Profesional:** Ingeniero comercial, administración de empresas, marketing o afines.
- **Experiencia:** Uno o más años de experiencia en marketing de ventas.
- **Conocimientos:** Nivel avanzado del idioma inglés, conocimientos de negociación, marketing y publicidad.
- **Destrezas:** Buen vendedor, observador, ordenado, proactivo, eficiente, eficaz, facilidad de trabajo sin supervisión
- **Subrogación:** En caso de ausencia será reemplazado por quién el designe ya que su funciones serán llevadas a cabo en el mercado meta.
- **Perfil del puesto:** Debe ser una persona responsable, que no requiera de supervisión para realizar su trabajo, que sea comunicativo y ordenado y sepa aprovechar el tiempo al máximo, que tenga facilidad de palabra y poder de convencimiento para que pueda llevar al cabo negociaciones que beneficien los intereses de la empresa.

⇨ **Responsabilidades**

El jefe de ventas es clave dentro de la compañía el mismo que debe ser una persona confiable y emprendedora a diferencia de los demás cargos este puesto se lo llevará a cabo en el mercado meta y el horario de trabajo será según el responsable lo vea conveniente. El mismo que por vía e-mail deberá enviar informes semanales a gerencia de las actividades desarrolladas en este periodo de tiempo.

- Contactar posibles clientes en el extranjero añadiéndolos en la cartera de clientes de la empresa con los mismos que realizará negociaciones ofertando nuestros productos.

- Es responsable de las cobranzas solamente con aquellos clientes que él ha contactado directamente en el extranjero.
- Es el responsable de repartir la publicidad impresa de la compañía en el mercado meta
- Mantener el contacto con los clientes de la empresa a los cuales debe hacer llegar aquellos incentivos que la compañía ha determinado para fidelizar a los clientes.
- Tomar las decisiones con respecto a su cargo y las responsabilidades que se le asignen.
- Informar a gerencia cualquier anomalía.

c) Nivel Operativo

⇨ **Objetivos del nivel ejecutivo**

- Mantener una buena relación entre departamentos y con los clientes
- Cumplir con todos los procesos referentes al cargo además de los extras implementados por la gerencia acorde a las necesidades de la empresa.
- Procurar el trabajo en equipo, teniendo en cuenta la calidad del servicio
- Cumplir con las normas y políticas de la empresa.

i. **Título del puesto:** Operador

⇨ **Requisitos:**

- **Tipo de Profesional:** Bachiller en cualquier área.
- **Experiencia:** De preferencia experiencia en control de calidad y empaquetado y embalaje de productos frágiles. (No Indispensable).
- **Conocimientos:** Manejo básico de inventarios, de preferencia que sepa conducir y que posea licencia.

- **Destrezas:** Que sea una persona de rápido aprendizaje, que posea, disponibilidad de tiempo para trabajar con horarios rotativos, fines de semana, feriados etc.
- **Subrogación:** En caso de ausencia será reemplazado por quién el gerente lo designe.
- **Perfil del puesto:** Debe ser una persona responsable, dinámica con ganas de superación que sepa cumplir órdenes a cabalidad y tenga buenas relaciones con los demás empleados, proveedores y clientes, de preferencia poseer licencia de conducir profesional.

⇒ **Responsabilidades**

- Cumplir a cabalidad las órdenes de sus superiores.
- Colaborar con el Jefe de Operaciones para verificar la calidad de las artesanías.
- Almacenar las artesanías en las estanterías al momento que lleguen desde los proveedores.
- Empacar las artesanías según los requerimientos de la empresa.
- Apoyar en los procesos de embarque de las artesanías según se lo requiera.
- Encargarse de la limpieza del área operativa.
- Ayudar a los demás departamentos de la empresa según se lo requiera.

3) Formato de formularios y documentos de la empresa “Inqa Arts Cia Ltda.”

a) Hoja de Pédido

<p align="center">“INQA ARTS CIA LTDA” Empresa De Exportación Artesanal Hoja de Pédido N° 000001</p>				
<p>Fecha: Cliente: Dirección: Teléfono:</p>				
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SUMA				
<p>Fecha de entrega: Forma de Pago: Tarjeta de crédito/débito Efectivo Transferencia Bancaria Cheque</p>				
<p align="center">_____</p> <p align="center">ELABORADO POR</p>			<p align="center">_____</p> <p align="center">REVISADO POR</p>	

b) Orden de producción

"INQA ARTS CIA LTDA" Empresa De Exportación Artesanal Orden de Produccion N° 000001				
Fecha: Socio N° Nombre: Dirección: Teléfono:				
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SUMA				
Plazo de Entregá: <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 200px; border: 0.5px solid black;"/> <p>ELABORADO POR</p> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 200px; border: 0.5px solid black;"/> <p>REVISADO POR</p> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 200px; border: 0.5px solid black;"/> <p>RECIBIDO POR</p> </div> </div>				

c) Hoja de recepción de pedidos

"INQA ARTS CIA LTDA" Empresa De Exportación Artesanal Recepción de Pedido N° 000001			
Fecha: Pedido N°: Nombre del Socio y N°: Dirección: Teléfono:			
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	OBSERVACIÓN
Observación Final:			
_____ REVISADO POR	_____ ENTREGADO POR	_____ REVISADO POR	

d) Comprobante de pago

"INQA ARTS CIA LTDA"		
Empresa De Exportación Artesanal		
Comprobante De Pago N° 000001		
Fecha:	Por: <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>	
Nombre :		
Valor:		
Descripción:		
Forma de Pago :		
Referencia:		
_____	_____	_____
ELABORADO POR	AUTORIZADO POR	RECIBIDO POR

e) Orden de pago

"INQA ARTS CIA LTDA"		
Empresa De Exportación Artesanal		
Orden de Pago N° 000001		
Fecha:	Por: <input style="width: 50px; height: 15px;" type="text"/>	
A Favor de:		
Valor:		
Concepto:		
Forma de Pago :		
Referencia:		
_____	_____	_____
ELABORADO POR	AUTORIZADO POR	RECIBIDO POR

f) Hoja de ingreso de artesanías

"INQA ARTS CIA LTDA" Empresa De Exportación Artesanal Hoja de Ingreso de Artesanías N° 000001			
Fecha: Pédido: Socio N°: Nombre:			
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	OBSERVACIÓN
OBSERVACIÓN			
_____ RECIBIDO POR ENTREGADO POR REVISADO POR			

g) Hoja de salida de artesanías

"INQA ARTS CIA LTDA" Empresa De Exportación Artesanal Hoja de Salida de Artesanías N° 000001			
Fecha: De: A:			
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	OBSERVACIÓN
OBSERVACIÓN.....			
_____ RECIBIDO POR			
_____ ENTREGADO POR			
_____ REVISADO POR			

h) Factura comercial

"INQA ARTS CIA LTDA" Empresa De Exportación Artesanal RUC: 098000098888 Latacunga - Cotopaxi - Ecuador			
			Factura N° 000001
Fecha: Cliente: Dirección: Teléfono:			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
		SUMAN:	
		IVA %	
		TOTAL	
RECIBÍ CONFORME		FIRMA AUTORIZADA	

4) Remuneración del personal.

Tabla 53: Remuneración del personal de la empresa “Inqa Arts Cia Ltda.”

DENOMINACIÓN	Nº	SALARIO MENSUAL	Annual	DÉCIMO CUARTO (2 salarios mínimos vitales)	VACACIONES (15 días)	FONDOS DE RESERVA -9,35%	APORTE AL IESS -11,15%	REMUNERACIÓN ANUAL
Total Área Administrativa								\$ 24.520,00
Gerente Propietario	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 292,00	\$ 500,00	\$ 1.122,00	\$ 1.338,00	\$ 15.252,00
Secretaria Ejecutiva	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 292,00	\$ 300,00	\$ 673,20	\$ 802,80	\$ 9.268,00
Total Área de Ventas								\$ 24.812,00
Jefe de Ventas	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 292,00	\$ 400,00	\$ 897,60	\$ 1.070,40	\$ 12.260,00
Jefe de Operaciones	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 292,00	\$ 250,00	\$ 561,00	\$ 669,00	\$ 7.772,00
Operador.	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 292,00	\$ 150,00	\$ 336,60	\$ 401,40	\$ 4.780,00
Total Remuneración Anual								\$ 74.144,00

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y el Ministerio De Relaciones Laborales

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

2. Viabilidad legal

a. Constitución legal de la empresa

Para constituir legalmente la empresa los trámites a seguir son los siguientes:

1) **Reservar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías**

Dicho nombre deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías. La empresa se va a registrar en la Intendencia de Compañías de Ambato.

La Razón social que se ha escogido para el funcionamiento de esta empresa es **“Inka Arts. CIA LTDA.”**.

2) **Elaborar la minuta**

La misma que contendrá los datos generales de cada socio, Giro de la sociedad, el contrato constitutivo, el estatuto de la empresa y la integración de capital. Debe llevar la firma de un abogado. En este caso los accionistas deberá depositar los aportes en una cuenta, abierta en un banco, a nombre de la compañía en formación. El certificado de depósito emitido por el banco, con el detalle del aporte, se adjuntará a la escritura de constitución.

a) **Contrato constitutivo, estatuto de la empresa e integración del capital.**

En la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, República de Ecuador, al 12 de agosto del dos mil once, la señorita María Fernanda Oñate Pazmiño, mayor de edad, con domicilio en Riobamba, identificada con la cédula de ciudadanía números 060378241-8, obrando en

nombre propio, manifiesta que constituirá una Empresas De Responsabilidad Limitada la cual se regirá por las normas establecidas en la Ley de compañías y el código de comercio y en especial por los siguientes estatutos:

Artículo 1: Nombre o razón social: la sociedad se denominará “Inka Arts.”.

Artículo 2: Domicilio: el domicilio principal será en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, República de Ecuador, sin embargo la sociedad puede establecer sucursales, en otras ciudades del país como en el exterior.

Artículo 3: Objeto social: La compañía tiene por objeto social la comercialización y exportación de artesanías. En el desarrollo y cumplimiento de tal objeto puede hacer en su propio nombre o por cuenta de terceros o con participación de ellos, toda clase de operaciones comercial, sobre bienes muebles o inmuebles y construir cualquier clase de gravamen, celebrar contratos con personas naturales o jurídicas, efectuar operaciones de préstamos, cambio, descuento, cuentas corrientes, dar o recibir garantías y endosar, adquirir y negociar títulos valores.

Artículo 4: Duración de la empresa: se fija en 5 años, contados desde la fecha de otorgamiento de la escritura. Se podrá mediante reforma, prolongar dicho término o disolver extraordinariamente la empresa, antes de que dicho término expire.

Artículo 5: El capital de la sociedad.

Artículo 6: Responsabilidad: Se dispone que tanto el gerente-propietario como la empresa unipersonal de responsabilidad limitada son distintas personas, por consiguiente sus patrimonios son separados. De lo anterior, la ley dispone que el gerente-propietario no será responsable de las obligaciones de la empresa, ni viceversa, salvo casos que la misma Ley enumera, como la quiebra fraudulenta,

Artículo 7: Aumento del capital: el capital puede ser aumentando por nuevos aportes o por la acumulación de utilidades determinadas previamente

Artículo 8: Inventarios y Balances: mensualmente se hará un Balance de prueba de la empresa. Cada año a 31 de Diciembre se cortarán las cuentas, se hará un inventario y se formará el Balance.

Artículo 9: Reserva Legal: aprobado el Balance y demás documentos, de las utilidades líquidas que resulten, se destinará un 10% de reserva legal.

Artículo 10: La empresa se disolverá por:

1. La expedición del plazo señalado para su duración.
2. La pérdida de un 50% del capital aportado.
3. Por demás causales señaladas en la ley.

Artículo 11: Liquidación: disuelta la sociedad se procederá a su liquidación por el gerente. Una vez establecido la minuta se debe ir a la notaria y después de pagar el valor notarial se procederá a hacerle la transcripción de la minuta conformando así la Escritura Pública, firmada por el notario con los sellos respectivos y adicionalmente por la accionista con la cédula y sus huellas.

3) Redactar la solicitud de aprobación de la constitución de la compañía

Dirigida al Superintendente de Compañías, adjuntando tres copias certificadas de la escritura. Con lo cual se logra la aprobación, mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías.

4) Publicar

El extracto de la escritura en uno de los periódicos de amplia circulación en el Cantón de domicilio de la compañía.

La empresa va a publicar dicho extracto en el diario la prensa además se debe adquirir 4 publicaciones cada publicación tiene un costo.

5) Tramitar la patente municipal

Para ello se requiere de la escritura de constitución de la compañía y resolución de la superintendencia de compañía original y copia, copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del representante legal, la dirección donde funcionara la empresa y pagar las especies.

6) Afiliarse a la cámara de comercio

7) Inscribirse en el Registro Mercantil

Adquirir en la Cámara de Comercio el formulario de Matrícula Mercantil, posteriormente presentar en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente:

- El formulario de matrícula mercantil diligenciando, junto con el volante de “consulta de nombres” aprobado.
- Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la empresa, en la que debe aparecer el nombramiento del representante legal.
- Publicación original del extracto y certificado original de la cámara de comercio.
- Recibo de pago del impuesto de Registro expedido por Rentas Departamentales.

- Carta de cada una de las personas nombradas, como: representantes legales, junta directiva
- Documento de identificación del representante legal.
- Solicitar en la taquilla de la Cámara de Comercio el valor de la liquidación de la inscripción de escrituras y de la inscripción de nombramientos en el registro mercantil.
- Cancelar los derechos de matrícula.

Al momento del pago le entregarán un recibo con el cual podrá reclamar el certificado de su matrícula, así como las copias de los formularios, las escrituras y las cartas de aceptación.

8) Presentar en la superintendencia de compañías

- ⇒ Escritura con la respectiva resolución de la Superintendencia de Compañías inscrita en el registro mercantil.
- ⇒ Periódico en el cual se publico el extracto (un ejemplar).
- ⇒ Original o copias certificadas de los nombramientos inscritos en el registro mercantil del representante legal y el administrador.
- ⇒ Formulario del RUC lleno y firmado por el representante
- ⇒ Copia simple del pago de agua, luz o teléfono.

La superintendencia de compañías después de verificar entregara:

- ⇒ Oficio al banco (para poder retirar los fondos de la cuenta de integración de capital)
- ⇒ Formulario del RUC
- ⇒ Datos Generales de la empresa.
- ⇒ Nomina de accionistas.

9) Obtener el Registro Único de Contribuyentes

Instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como propósito informar a la administración tributaria. Para obtener el RUC de personas jurídicas se requiere:

- a) Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscrito por el representante legal
- b) Original y copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el registro mercantil
- c) Original y copia certificada del nombramiento del representante legal previamente inscrito en el registro mercantil
- d) Original y copia de la cedula de identidad y papeleta de votación del gerente general.
- e) Original y copia del pago de algún servicio básico.

Con esto se termino todos los trámites y procesos de constitución de la compañía en todo este proceso se recibirá asesoría de un abogado especializado en derecho mercantil.

b. Gastos de constitución de la empresa “Inka Arts”

Tabla 54: Gastos de constitución de la empresa “INQA ARTS”

DETALLE	CANTIDAD \$
Gastos Notariales	850,00
Gastos Publicación y Copias	74,00
Gastos de Registro de Nombramientos de Representantes Legales	300,00
Gastos Abogado	500,00
Gastos de patentes y licencias.	382,00
TOTAL:	\$ 2106,00

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

c. Requerimientos para poder exportar

Una vez constituida la empresa los procesos a seguir para poder exportar los diferentes productos son los siguientes:

1) Programa exporta fácil

a) Requisitos

- i. Tener RUC
- ii. Registrarse como exportador en: www.exportafacil.gob.ec
- iii. Llenar la DAS (Declaración Aduanera Simplificada)
- iv. Cumplir con los documentos obligatorios:
 - Factura comercial (autorizada por el SRI)
 - Packing list (lista de empaque)
- v. Autorizaciones previas que dependerán del producto si se requieren o no.

2) Exportación con aduana del ecuador

a) Obtener el registro de exportador de la CAE

Para ello se debe:

- i. Ingresar a la página web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE), cuya dirección es www.aduana.gob.ec.
- ii. Acceder al link OCE's (Operadores de Comercio Exterior) e ingresar a la opción Registro de Datos, donde se llenaran los campos.
- iii. Enviar y esperar a recibir la respuesta de envió exitoso.
- iv. Acercarse al departamento de Atención al Usuario de la gerencia Distrital Quito de la Corporación Aduanera Ecuatoriana con los siguientes documentos:

- ⇒ Carta en hoja membretada solicitando se proceda a realizar el registro por primera vez en el SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior), indicando el tipo de operador, el numero de RUC y firmada por el representante Legal de la Compañía.
- ⇒ Fotocopia a Color de la Cedula de Identidad del representante legal.
- ⇒ Copia del RUC
- ⇒ Copia del nombramiento vigente a la fecha del representante de la carta.

Una vez revisada y aprobada la documentación presentada se procederá con el registro definitivo en el SICE.

b) Fases del trámite de exportación.

El trámite de una exportación al interior de la aduana del Ecuador comprende dos fases:

i. Fase de Pre-Embarque

- **Se realiza la transmisión y presentación de la orden de Embarque.**

Que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar.

El exportador o su agente de aduana deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de a orden de embarque, publicado en la página web de la aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como:

- ⇒ Datos del exportador
- ⇒ Descripción de mercancía
- ⇒ Cantidad
- ⇒ Peso
- ⇒ Factura provisional

Una vez que se hace la orden de embarque por el sistema interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrara el ingreso a Zona Primaria y se embarcaran las mercancías a ser exportadas para su destino final.

ii. Fase Post-Embarque

- Se presenta la DAU definitiva, que es la Declaración Aduanera Única de Exportación, que se realiza posterior al embarque. En todas las exportaciones deben presentarse la DAU de Exportación, llenándola según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho de Exportaciones en el distrito aduanero donde es tramitada la exportación.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de quince días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

- Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transporte.
- El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviara un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.
- Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el departamento de Exportaciones del distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:
 - ⇒ DAU impresa.
 - ⇒ Orden de Embarque impresa
 - ⇒ Facturas(s) comercial(es) definitiva(s).

- ⇒ Documentos(s) de transporte
- ⇒ Originales de autorizaciones previas (si aplica).
- ⇒ Pago a CORPEI

D. ESTUDIO FINANCIERO

1. Análisis financiero

a. Inversiones del proyecto

Tabla 55: Inversiones del Proyecto

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
INVERSIONES FIJAS		\$ 41.092,80	\$ 41.092,80
Vehículo		25.490,00	25490,00
Máquinas y equipos		7.216,40	7216,40
Equipo de Oficina		2.026,70	2.026,70
Equipo de Servicio		343,90	343,90
Muebles y enseres		5.330,00	5.330,00
Menaje		475,80	475,80
Tecnología		100,00	100,00
Instalaciones		110,00	110,00
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 9227,92	\$ 9227,92
Gastos de constitución		2106,00	2106,00
Gastos de publicidad / comercialización (pre operativos)		7.121,92	7121,92
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 272.440,42	\$ 272.440,42
Materia prima		249323,42	249323,42
Mano de obra		18.536,00	18.536,00
Arriendo		1.200,00	1200,00
Servicios Básicos		381,00	381,00
Garantía de arriendo		1.000,00	1000,00
Caja y bancos		2.000,00	2000,00
TOTAL		\$ 322.261,14	\$ 322.261,14

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

b. Fuentes y usos del proyecto

Tabla 56: Fuentes y usos del proyecto

RUBROS	USO DE FONDOS	REC. PROPIOS	BANCO
INVERSIONES FIJAS	\$ 41.092,80		\$ 41.092,80
Vehículo	25.490,00		25.490,00
Máquinas y equipos	7.216,40		7.216,40
Equipo de Computación	2.026,70		2.026,70
Equipo de Servicio	343,90		343,90
Muebles y enseres	5.330,00		5.330,00
Menaje	475,8		475,80
Tecnología	100		100,00
Instalaciones	110		110,00
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 9.227,92	\$ 9.227,92	
Gastos de constitución	2.106,00	2.106,00	
Gastos de publicidad / comercialización pre operativos)	7.121,92	7.121,92	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 272.440,42	\$ 113.533,22	\$ 158.907,20
Materia prima	249323,42	90.416,22	\$ 158.907,20
Mano de obra directa	18.536,00	18.536,00	
Arriendo	1200,00	1.200,00	
Servicios Básicos	381,00	381,00	
Garantía de arriendo	1.000,00	1.000,00	
Caja Chica	2.000,00	2.000,00	
TOTAL	\$ 322.761,14	\$ 122.761,14	\$ 200.000,00

Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

c. Clasificación de las inversiones

Tabla 57: Clasificación de las inversiones

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Vehículo	25.490,00
Máquinas y equipos	7.216,40
Equipo de Computación	2.026,70
Equipo de Servicio	343,90
Muebles y enseres	5.330,00
Menaje	475,80
Tecnología	100,00
Instalaciones	110,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 41.092,80
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR
Gastos de constitución	2.106,00
Gastos de publicidad/comercialización (pre operativos)	7121,92
TOTAL CARGOS DIFERIDOS	\$ 9.227,92
CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
Materia prima	249323,42
Mano de obra directa	18.536,00
Arriendo	1.200,00
Garantía de arriendo	1.000,00
Servicios Básicos	381,00
Caja Chica	2.000,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 272.440,42
TOTAL DE LA INVERSIÓN	

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	41.092,80
ACTIVOS DIFERIDOS	9.227,92
CAPITAL DE TRABAJO	272.440,42
TOTAL	\$ 322.761,14
FINANCIAMIENTO	
PRESTAMO	\$200.000,00
APORTACION SOCIO A	61.380,57
APORTACION SOCIO B	61.380,57
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 200.000,00

Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

d. Depreciación de activos fijos

Tabla 58: Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPR. ANUAL	VALOR SALVAMEN.	VALOR A DEPRECIAR	% DEPR.	AÑOS
Vehículo	25.490,00	5.098,00	-	25.490,00	100%	5
Máquinas y equipos	7.216,40	721,64	3.608,20	3.608,20	50%	10
Equipo de Oficina	2.026,70	405,34	-	2.026,70	100%	5
Equipo de Servicio	343,90	68,78	-	343,90	100%	5
Muebles y enseres	5.330,00	533,00	2.665,00	2.665,00	50%	10
Menaje	475,80	95,16	-	475,80	100%	5
Tecnología	100,00	10,00	50,00	50,00	50%	10
Instalaciones	110,00	22,00	-	110,00	100%	5
TOTAL		\$ 6.931,92	\$ 6.323,20	\$ 34.769,60		

Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

e. Amortización de diferidos

Tabla 59: Amortización de diferidos

DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ 9.227,92	1.845,58	1.845,58	1.845,58	1.845,58	1.845,58
Gastos de constitución	2.106,00	421,20	421,20	421,20	421,20	421,20
Gastos de publicidad / comercialización (pre operativos)	7.121,92	1.424,38	1.424,38	1.424,38	1.424,38	1.424,38

Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

f. Calculo del pago de la deuda o amortización del préstamo

El cálculo de pago de deuda se realizó con los siguientes datos La entidad con la que se pretende obtener el préstamo es la Corporación Financiera Nacional.

- a. Préstamo: \$ 200.000,00
- b. Plazo: 5 años
- c. Capitalizable anualmente
- d. Interés: 11%

Tabla 60: Calculo del pago de la deuda o amortización del préstamo

PERIODO	CAPITAL PREST.	INTERES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	200.000,00	22.000,00	40.000,00	62.000,00	60.000,00
2	160.000,00	17.600,00	40.000,00	57.600,00	120.000,00
3	120.000,00	13.200,00	40.000,00	53.200,00	80.000,00
4	80.000,00	8.800,00	40.000,00	48.800,00	40.000,00
5	40.000,00	4.400,00	40.000,00	44.400,00	-
TOTAL		66.000,00	200.000,00	266.000,00	

Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

g. Estructura de costos para la vida útil del proyecto

Tabla 61: Estructura de costos para la vida útil del proyecto

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
1. COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materia prima	997.293,67	1.051.247,26	1.108.119,74	1.168.069,02	1.231.261,55
	997.293,67	1.051.247,26	1.108.119,74	1.168.069,02	1.231.261,55
2. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y Salarios	74.144,00	78.155,19	82.383,39	86.840,33	91.538,39
Combustibles	1.600,00	1.686,56	1.777,80	1.873,98	1.975,36
Vehículo	5.098,00	5.098,00	5.098,00	5.098,00	5.098,00
Máquinas y equipos	721,64	721,64	721,64	721,64	721,64
Equipo de Oficina	405,34	405,34	405,34	405,34	405,34
Equipo de Servicio	68,78	68,78	68,78	68,78	68,78
Muebles y enseres	533,00	533,00	533,00	533,00	533,00
Menaje	95,16	95,16	95,16	95,16	95,16
Tecnología	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Instalaciones	22,00	22,00	22,00	22,00	22,00
Agua, Luz, Teléfono	1.524,00	1.634,19	1.752,34	1.879,03	2.014,88
Amort. Gastos de Organización	421,20	421,20	421,20	421,20	421,20
Arriendo	4.800,00	5.059,68	5.333,41	5.621,95	5.926,09
Materiales Improductivos	580,95	612,38	645,51	680,43	717,24
	90.024,07	94.523,11	99.267,56	104.270,84	109.547,09
3. COSTO DE VENTAS					
Publicidad	7.121,92	7.507,22	7.913,36	8.341,47	8.792,74
	7.121,92	7.507,22	7.913,36	8.341,47	8.792,74
4. COSTOS FINANCIEROS					
Interese bancarios	22.000,00	17.600,00	13.200,00	8.800,00	4.400,00
	22.000,00	17.600,00	13.200,00	8.800,00	4.400,00
TOTAL	1.116.439,66	1.170.877,59	1.228.500,66	1.289.481,32	1.354.001,39

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

h. Estructura de ingresos

Para determinar los ingresos se trabajó con un margen de utilidad del 30% sobre el precio de adquisición de los productos artesanales.

Tabla 62: Estructura de Ingresos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	1.296.481,78	1.419.183,80	1.495.961,65	1.576.893,17	1.664.869,84
TOTAL INGRESOS	1.296.481,78	1.419.183,80	1.495.961,65	1.576.893,17	1.664.869,84

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

i. Estado proforma de resultados

Tabla 63: Estado proforma de resultados

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	1.296.481,78	1.419.183,80	1.495.961,65	1.576.893,17	1.664.869,84
- Costos de producción	997.293,67	1.051.247,26	1.108.119,74	1.168.069,02	1.231.261,55
= Utilidad Bruta	299.188,10	367.936,54	387.841,91	408.824,16	433.608,28
- Costos de administración	90.024,07	94.523,11	99.267,56	104.270,84	109.547,09
- Costo de ventas	7.121,92	7.507,22	7.913,36	8.341,47	8.792,74
= Utilidad Operativa	202.042,11	265.906,21	280.660,99	296.211,85	315.268,45
- Costo financiero	22.000,00	17.600,00	13.200,00	8.800,00	4.400,00
= Utilidad antes de la repartición de Utilidades	180.042,11	248.306,21	267.460,99	287.411,85	310.868,45
- Reparto de utilidades 15%	27.006,32	37.245,93	40.119,15	43.111,78	46.630,27
= Utilidad Neta antes de impuestos	153.035,80	211.060,28	227.341,84	244.300,07	264.238,18
- Impuesto 25%	38.258,95	52.765,07	56.835,46	61.075,02	66.059,55
= UTILIDAD NETA	114.776,85	158.295,21	170.506,38	183.225,05	198.178,64

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

j. Balance general

Tabla 64: Balance general

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente (Capital de trabajo)	272.440,42	359.730,93	353.762,96	316.487,79	279.720,13	245.187,38
Activo fijo	41.092,80	41.092,80	41.092,80	41.092,80	41.092,80	41.092,80
Depreciación Acumulada		(6.931,92)	(13.863,84)	(20.795,76)	(27.727,68)	(34.659,60)
Activo Diferido (valor anual de amortización)	9.227,92	7.382,34	5.536,75	3.691,17	1.845,58	-
TOTAL DE ACTIVOS	322.761,14	415.137,99	414.256,35	382.067,52	350.386,19	320.939,78
Pasivo corriente (intereses)		17.600,00	13.200,00	8.800,00	4.400,00	
Pasivo a largo p. (préstamo)	200.000,00	160.000,00	120.000,00	80.000,00	40.000,00	-
TOTAL PATRIMONIO	122.761,14	122.761,14	122.761,14	122.761,14	122.761,14	122.761,14
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		114.776,85	158.295,21	170.506,38	183.225,05	198.178,64
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	322.761,14	415.137,99	414.256,35	382.067,52	350.386,19	320.939,78

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

k. Cálculo del flujo de caja del proyecto

Tabla 65: Cálculo del flujo de caja proyectado

	RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-	Ingresos		1.296.481,78	1.419.183,80	1.495.961,65	1.576.893,17	1.664.869,84
-	Valor salvamento						6.323,20
-	Costos de producción		997.293,67	1.051.247,26	1.108.119,74	1.168.069,02	1.231.261,55
-	Gastos de administración		90.024,07	94.523,11	99.267,56	104.270,84	109.547,09
-	Gastos ventas		7.121,92	7.507,22	7.913,36	8.341,47	8.792,74
-	Gastos Financieros		22.000,00	17.600,00	13.200,00	8.800,00	4.400,00
-	Amortización de activos Diferidos		1.845,58	1.845,58	1.845,58	1.845,58	1.845,58
=	Utilidades antes de repartición de utilidades e impuestos		178.196,53	246.460,63	265.615,41	285.566,27	315.346,07
-	Rep. Utilidad 15%		26.729,48	36.969,09	39.842,31	42.834,94	47.301,91
=	Utilidades antes de impuesto		151.467,05	209.491,53	225.773,09	242.731,33	268.044,16
-	Impuestos 25%		37.866,76	52.372,88	56.443,27	60.682,83	67.011,04
=	Utilidad neta		113.600,29	157.118,65	169.329,82	182.048,50	201.033,12
-	Depreciaciones		6.931,92	6.931,92	6.931,92	6.931,92	6.931,92
*	Amortización activo nominal		1.845,58	1.845,58	1.845,58	1.845,58	1.845,58
-	Inv. Vehículo	(25.490,00)					
-	Inv. Máquinas Y Equipos	(7.216,40)					
-	Inv. Equipo De Computación	(2.026,70)					
-	Inv. Equipos De Servicios	(343,90)					
-	Inv. Muebles Y Enseres	(5.330,00)					
-	Inv. Menaje	(475,80)					
-	Inv. Tecnología	(100,00)					
-	Inv. Instalaciones	(110,00)					
-	Inv. Activo nominal	(9.227,92)					
-	Inv. Capital de Trabajo	272.440,42)					

*	Recuperación capital de trabajo						(272.440,42)
-	PRESTAMO						
-	AMORTIZACION PRESTAMO		(40.000,00)	(40.000,00)	(40.000,00)	(40.000,00)	(40.000,00)
	FLUJO DE CAJA	(322.761,14)	82.377,79	125.896,15	138.107,33	150.826,00	442.251,04

Fuente: Información Secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

2. Evaluación económica

Tabla 66: Evaluación Financiera

VAN	\$ 472.893,75
TIR	30%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2,83 años
RELACIÓN COSTO/BENEFICIO	2,47

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

El valor actual neto se calculó utilizando la tasa pasiva del 4,53% generando un Van positivo de \$ 472.893,75 que nos indica la factibilidad del presente proyecto.

La inversión del presente proyecto se recupera a los 2,83 años

La relación Costo/Beneficio es de \$2.47, es decir por cada dólar invertido se tiene una ganancia de \$1,47

La tasa interna de retorno es del 30% que implica que es factible invertir en el proyecto.

VI. CONCLUSIONES

- A.** Las artesanías elaboradas en la región Andes Centro representan parte esencial de la cultura de la serranía ecuatoriana simbolizando escenas de la vida diaria de la gente del campo las leyendas, tradiciones, cosmovisión, modo de vida de los pueblos y nacionalidades, lo que las convierten en bienes culturales únicos y especiales dignos representantes de nuestra identidad en los mercados claves y de consolidación.

- B.** EL patrimonio artesanal en los Andes Centro guarda mucha remembranza indígena y mestiza detectándose una fuerte potenciación de los subambitos: textilería; talabartería, cestería, ebanistería, indumentaria, imaginaria, artesanía en semillas, fabricación de instrumentos musicales, peletería entre otras que representan las costumbres, leyendas y tradiciones de los pueblos de la región Andes Centro.

- C.** Las exportaciones de bienes artesanales Ecuatorianos hacia Reino Unido de artículos como: alfombras, pinturas de Tigua, artesanía en tagua, shigras elaboradas en cabuya, artesanías bordadas, objetos de cuero son nulas, mientras que de aquellos productos como artesanías en totora, tapices Salasakas, artículos de madera, productos en fibra sintética, sombreros de paño, tejidos en alpaca y borrego, a pesar de existir exportaciones continuas al mercado meta, estas no llegan a cubrir la demanda existente.

- D.** Debido a que los esfuerzos comerciales para acceder a mercados internacionales son cada vez mayores. Los costos tanto comerciales como de marketing han aumentado fuertemente convirtiéndose en cargas financieras difíciles de asumir para los artesanos.

- E.** De los 14 productos preestablecidos para la exportación, solo 7 son de alto interés de adquisición siendo los productos más atractivos en el mercado meta las alfombras de Guano, artesanías en totora, shigras elaboradas en cabuya, artesanías en tagua, tapices salasakas y artesanías bordadas de Simiatug y finalmente las pinturas de Tigua.

- F.** Los artículos como shigras en fibra sintética, fajas y collares, artículos de cuero, textilería en lana de borrego y alpaca, sombreros de paño, pinol y mascararas de madera han sido descartados de la cartera de productos de la empresa por su bajo nivel de aceptación.
- G.** Para el funcionamiento de la empresa no es necesario un local de dimensiones extensas debido a que el proceso de empaque y embalaje de las artesanías es sencillo. La ubicación en la parte norte de la ciudad de Latacunga es lo óptimo para la empresa, ya que es la ciudad más cercana a las artesanías de mayor fragilidad y además está cerca al aeropuerto internacional ubicación estratégica que permitirá optimizar tiempo de traslado de las artesanías y por ende reducción de daño de las mismas.
- H.** Las estrategias de comercialización y ventas están basadas en canales de distribución cortos mediante estrategias e_bussiness e intermediarios minoristas lo que facilitará que el precio de venta de los productos se mantenga o incremente en lo menos posible hasta llegar a manos del consumidor final.
- I.** El estudio mercadotécnico define que los factores que permitirán dar un valor agregado al producto son la inclusión en empaques y etiquetas de información turística de sitios y manifestaciones representativas del producto turístico “Avenida de los Volcanes” con el fin de promover en los clientes el interés de visitar este destino turístico, además de rifas, promociones y reconocimientos por contribuir con la mejora de la economía de los artesanos ecuatorianos.
- J.** Se estableció un margen de utilidad razonable para la empresa del 30% lo cual permitirá entregar productos con precios competitivos. Los elementos desfavorables que debemos tener presente son la cantidad limitada de la oferta de ciertas piezas y la existencia de productos con menor precio de la oferta sustitutiva.
- K.** El estudio administrativo legal ha determinado que la compañía se debe constituir con las normas de las Compañías de responsabilidad limitada bajo el nombre legal de “INQA

ARTS CIA. LTDA.” y que para el cumplimiento de los objetivos plasmados como ente jurídico es necesario tomar muy en cuenta el direccionamiento estratégico propuesto.

- L.** El estudio y evaluación financiera lanza como resultados que el proyecto de creación de una empresa de exportación artesanal con fines de promoción y difusión turística para el mercado de Londres Reino Unido es viable. El monto de la inversión para la implementación de este proyecto es de \$ 322.761,14 dólares y las proyecciones realizadas a un periodo de 5 años determinan un VAN de \$ 472.893,75 dólares positivo; Tir de 30%; Relación Costo-Beneficio de \$2,47 y una recuperación del capital a un periodo de 2,83 años.

VII. RECOMENDACIONES

- A.** Hay que aprovechar la exportación de las artesanías elaboradas en la región Andes Centro como un medio de promoción y difusión turística del país.
- B.** Continuar con la inventariación de los bienes patrimoniales artesanales para incrementar la oferta artesanal actualmente existente con el fin de disponer de una muestra más completa del patrimonio artesanal de Andes Centro.
- C.** Incrementar el número de proveedores de los bienes artesanales para poder llegar con mayor producción artesanal al mercado meta cubriendo más ampliamente la demanda existente.
- D.** Se recomienda la cooperación entre los artesanos y la compañía como una alternativa viable en la que todos salen beneficiados.
- E.** Motivar a los artesanos a mejorar en forma continua la calidad de los productos para ofrecer cada vez mejores artesanías al mercado de Londres.
- F.** Extender el mercado meta conforme se incrementa la oferta artesanal de la empresa.
- G.** Distribuir adecuadamente el espacio físico donde se ubicara las diferentes áreas de la empresa.
- H.** Incluir a los proveedores en la repartición de utilidades como un medio de retribución al trabajo que ellos realizan y como una estrategia para mantener el precio de las artesanías evitando su incremento en los próximos años.
- I.** Gestionar ante el Ministerio de Turismo y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural el financiamiento para la impresión de las etiquetas y empaques ya que estas ayudan a cumplir con los objetivos del PIMT 2014.

- J.** Mantener el margen de utilidad que se ha establecido.
- K.** Contratar los servicios de un abogado especializado en materia mercantil con el fin de agilizar los trámites de constitución de la empresa y de los procesos de exportación.
- L.** Gestionar líneas de crédito con la Corporación Financiera Nacional
- M.** Extender el mercado meta conforme se incrementa la oferta artesanal de la empresa.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de exportación artesanal que contribuya en la promoción y difusión turística de Andes Centro del Ecuador, en el mercado de Londres, Reino Unido; se utilizó técnicas de investigación bibliográficas y de campo; registrándose 46 manifestaciones artesanales en la región. Se analizó la oferta sustitutiva y complementaria constituyéndose como oferta sustitutiva los bienes artesanales que exportan otros países hacia Reino Unido y como oferta complementaria las exportaciones ecuatorianas de las partidas afines a nuestro estudio. El estudio de la demanda determinó que Londres es un mercado potencial para la exportación de ciertos productos artesanales de nuestro estudio definiendo la cartera de productos de la empresa. En el estudio técnico se determinó la planificación y diseño técnico de la infraestructura determinando una capacidad de 324850 artesanías anuales; la ubicación más factible de la empresa será la parte norte de la ciudad de Latacunga, se realizó el estudio mercadotécnico determinando estrategias de comercialización y ventas basadas en canales de distribución cortos y determinando medidas para las 4 p's del marketing mix. Se estructuró la parte organizativa de la empresa constituyéndola con las normas de una compañía de responsabilidad limitada y bajo el nombre legal de "Inqa Arts Cia Ltda." y se definió el direccionamiento estratégico de la empresa. El estudio financiero y económico lanzaron como resultados una inversión inicial de \$ 322.761,14 dólares y las proyecciones realizadas a un periodo de 5 años determinan un VAN de \$ 472.893,75 dólares positivo; Tir de 30%; Relación Costo-Beneficio de \$2,47 y una recuperación del capital a un periodo de 2,83 años.

IX. SUMMARY

The present investigation proposes a feasibility study for the creation of a craft export company to help in the promotion and tourism diffusion of Ecuador's Central Andes Region, in the market of London, United Kingdom, field and documentary techniques were used; 46 craft manifestations in the region were recorded. The substitute and complementary offers were analyzed, counting as substitute offers the craft goods supply that other countries export into the UK and as complementary offers the Ecuadorian exports of items related to our study. The demand study determined that London is a potential market for the exportation of certain handicraft products of this study by defining the product portfolio of the company. The technical study determined the planning and technical design of infrastructure by determining an annual capacity of 324,850 handicrafts, the most practical location of the company is the northern part of the city of Latacunga. The commercialization study determined marketing strategies based on short distribution channels and by determining measures for the 4 p's of the marketing mix. The company's organization structured was defined by establishing a limited liability company under the legal name "Cia Ltda INQA Arts" and defined the strategic direction of the company. The financial and economic study results released as an initial investment of \$ 322,761.14 dollars and projections made at a period of five years determine a NPV of \$472,893.75 positive; IRR 30% Cost-Benefit of \$ 2, 47 and a capital recovery period of 2.83 years

X. BIBLIOGRAFÍA

1. ACERENZA, M. 1999. "Promoción turística un enfoque metodológico" Editorial Trillas, México, Tercera reimpresión 176p.
2. ADUANAS DEL ECUADOR, 2011. "Procedimientos para exportar" Consultado el 18-03-11 a las 18:50 Disponible en: <http://www.aduana.gob.ec/contenido/procExportar.html>
3. AEBOLEDA, G. 1998. "Proyectos Formulación, Evaluación y Control". Colombia
4. ARRIETA, M "Cacha raíz de la Nacionalidad Ecuatoriana" Quito BCE, FODERUMA
5. AUED J. 1998 Proyecto "Fortalecimiento de la planificación, seguimiento y evaluación en la administración de la investigación agropecuaria en América Latina y el Caribe". Quito.
6. BACA URBINA, G. 2001. "Evaluación De Proyectos" Editorial Mc Graw Hill, México. Pág. Nº 84,101, 166.
7. BORÍSOV, ZHAMIN Y MAKÁROVA 1997. "Diccionario de economía política" Consultado el 15-03-11 a las 17:50 Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/e/exporta.htm>
8. CANELOS SALAZAR, R. 2000. "Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio". Pág. Nº 117-118,

9. CÁRDENAS Gustavo, 2002. “Diccionario de Ciencias Económico-Administrativas, Centro Universitario de Ciencias Económicas – Administrativas, Universidad de Guadalajara”, México.
10. CERENZA, M. 1999. “Promoción turística un enfoque metodológico” Editorial Trillas, México, Tercera reimpresión 176p.
11. COMISIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA, 2009 “Definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas adoptada por la comisión”. Consultado el 17-03-11 a las 17:50 Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
12. CONTRERAS, CYNTHIA 2008. “El Mercado”. Consultado el 17-10-08, a las 14:30. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
13. DELGADO, W. 2000. “Como crear un plan de marketing” Editorial Omnikron Guayaquil-Ecuador 211p, 139p.
14. ELJURI, GABRIELA. “Patrimonio Inmaterial: Herencia Identidad y Memoria,” Revista artesanías de América N° 66 CIDAP. Cuenca, Julio del 2008.
15. GESTIOPOLIS 2008 “La empresa como sujeto de derecho del derecho internacional de la empresa” Consultado el 14-03-11 a las 14:30 Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
16. GONZÁLEZ, Carlos. 2000. “Conceptos generales de calidad total”. Consultado el 23-10-08. A las 16:20 Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml>
17. HERNÁNDEZ, E. 1997. “Planificación Turística: Un enfoque metodológico”. México. Editorial Trillas. 39p.

18. INTERNATIONAL. SYMPOSIUM ON “CRAFTS AND THE INTERNATIONAL MARKET. 1997 “Informe Final” Consultado el 18-03-11 a las 16:30 Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001114/111488eo.pdf>
19. JEAN PAUL SALLENAVE 1997. "La Gerencia Integral ¡No le tema a la Competencia, Témale a la Incompetencia!" Editorial Norma. PG. 120
20. KOTLER, BLOOM Y HAYES, 2003 PRINCIPIOS DE MARKETING Segunda Edicion de Randall Geoffrey, Segunda Edicion, Thomson Editores Spain Pag 120.
21. MALHOTRA, 1997 Investigación de Mercados Un Enfoque Practico, Segunda Edición, de Malhotra K. Naresh, Prentice-Hall Hispanoamericana, Págs. 90 al 92.
22. MALO GONZÁLES, 2006. “Arte y cultura popular” Editorial Centro interamericano de artesanías y artes populares (CIDAP).
23. MCINTYRE HARGRAEVES, H. 2010. Consuming Craft: the contemporary craf market in a changing economy. Consultado 19-09-11 a las 20:50 Disponible en: http://www.craftscouncil.org.uk/files/file/73c144804d83bd07/consuming_craft_full_report.pdf
24. MORANDI JORGE LUIS, 2009, Estudios de Mercado para Micro emprendimientos Productivos” Consultado el 15-03-11 a las 16:45 Disponible en: <http://vivirconexito.mujeresdeempresa.com/negocios/090901-estudios-de-mercado-para-microemprendimientos-productivos.asp>
25. MATTOS C. 1989 “Planificación estratégica (Lecturas seleccionadas)”, Instituto Venezolano de Planificación (IVEPLAN), Caracas

26. MINTUR. 2009. “PIMTE 2014” Plan integral del marketing turístico de Ecuador 2014.
27. NARANJO VILLAVICENCIO, M. 2004 “La cultura popular del Ecuador tomo X provincia de Chimborazo”. Cuenca, Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares – CIDAP.
28. NARANJO VILLAVICENCIO, M. 1992 “La cultura popular del Ecuador tomo VII provincia de Tungurahua”. Cuenca, Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares – CIDAP.
29. OFICINA DEL EMPRENDEDOR DE BASE TECNOLÓGICA MADRID, 2010 ¿Qué es una Empresa? Consultado el 14-03-11 a las 9:50 Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>
30. ORTIZ A 2009, Elaboración de los proyectos de investigación Consultado el 17-03-11 a las 10:50 Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos/elabproyec/elabproyec.shtml>
31. RANDALL, 2004 El Marketing de Servicios Profesionales, Primera Edición, de Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas. Ediciones Paidós Ibérica S.A., Pág. 98.
32. RODRIGUEZ, J. 2001. Como aplicar la planeación Estratégica en la pequeña y mediana Empresa, Internacional Thomson Editores. México. Págs. 43-47.
33. STANTON, ETZEL, WALTER, 2000. “Fundamentos de Marketing”. Mc. Grawn – Hill Interamericana Editores, S.A. México. 736p.

34. THOMPSON, I. 2008. "Como realizar un estudio de mercado" Consultado 14-03-11 a las 20:14 Disponible en <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
35. VALENCIA, J. 2004 "Cómo Aplicar la Planeación Estratégica a la Pequeña y Mediana Empresa". Editorial Ecafsa, México. 52, 53p.
36. VELASTEGUI, H. 2002. "Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos". ESPOCH. Riobamba – Ecuador.
37. VILLAROEL, F. 1985 El Ecuador que usted no ha visto, Tomo 3 Chimborazo Impreseñal Quito
38. SAPAG N; SAPAG R; "Preparación y Evaluación de Proyectos"; 2004; Editorial Mc Graw Hill; Colombia; Cuarta Edición 80-83, 190-192, 156, 267
39. UNESCO. "Técnicas Artesanales Tradicionales", Consultado 19-05-11 a las 18:40 Disponible en: <http://www.uneco.org/culture/ich/index.php?pg=57>.
40. YÁNEZ, F. 2000 "Monografías del pueblo de Nuestra Señora de la Asunción de Guano: Provincia de Chimborazo". Riobamba, Epicentro Editorial.

XI. ANEXOS

A. ANEXO 1: ÁMBITOS Y SUBÁMBITOS DEL PATRIMONIO INMATERIAL

Tabla 67: Ámbitos y subámbitos del patrimonio inmaterial

<i>1. Tradiciones y expresiones orales</i>	
SUBAMBITO	DETALLE SUBAMBITO
1.1 Cuentos	1.1.1 Cuentos infantiles
	1.1.2 Cuentos sobre animales, plantas, naturaleza muerta y objetos
	1.1.3 Otros
1.2 Historia Local	n/a
1.3 Leyendas	1.3.1 Leyendas asociadas a apariciones de seres mitológicos
	1.3.2 Leyendas asociadas a imágenes religiosas
	1.3.3 Leyendas asociadas a la geografía
	1.3.4 Leyendas asociadas a la toponimia
	1.3.5 Leyendas asociadas a personajes y acontecimientos heroicos
	1.3.6 Leyendas asociadas a plantas y/o animales
	1.3.7 Otros
1.4 Mitos	1.4.1 Mitos antropogónicos
	1.4.2 Mitos cosmogónicos
	1.4.3 Mitos escatológicos
	1.4.4 Mitos etiológicos
	1.4.5 Mitos fundacionales
	1.4.6 Mitos morales
	1.4.7 Mitos teogónicos
	1.4.8 Otros
1.5 Plegarias	1.5.1 Alabados y rezos
	1.5.2 Anent
	1.5.3 Arrullos
	1.5.4 Cánticos
	1.5.5 Chigualos
	1.5.6 Loas
1.6 Poesía popular	1.6.1 Amorfinos
	1.6.2 Coplas
	1.6.3 Décimas
	1.6.4 Octavas
	1.6.5 Contrapuntos
	1.6.6 Adivinanzas, humoradas, trabalenguas
	1.6.7 Proverbios, dichos, supersticiones y creencias

	1.6.8 Otros
2. Artes del espectáculo	
2.1 Danza	n/a
2.2 Juegos	2.2.1 Juegos infantiles
	2.2.2 Juegos de faenas agrícolas y otras actividades productivas
	2.2.3 Juegos rituales o festivos
	2.2.4 Juegos de azar
	2.2.5 Actividades lúdicas
	2.2.6 Otros
2.3 Música	n/a
2.4 Teatro	n/a
2.5 Literatura	n/a
3. Usos sociales, rituales y actos festivos	
3.1 Fiestas	3.1.1 Fiestas cívicas
	3.1.2 Fiestas o ceremonias religiosas
	3.1.3 Actos de propiciación o actos simpáticos
	3.1.4 Fiestas agrarias o productivas
	3.1.5 Otras celebraciones festivas
3.2 Prácticas comunitarias tradicionales	n/a
3.3 Ritos	3.3.1 Ritos de parentesco y reciprocidad
	3.3.2 Ritos de paso
	3.3.3 Ritos de iniciación
	3.3.4 Ritos apotropaicos
	3.3.5 Ritos propiciatorios
	3.3.6 Ritos de conmemoración
	3.3.7 Otros
3.4 Personajes festivos	n/a
3.5 Uso social de la vestimenta	3.5.1 Vestimenta ritual
	3.5.2 Vestimenta festiva
	3.5.3 Vestimenta cotidiana
4. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	
4.1 Agrodiversidad	n/a
4.2 Sabiduría ecológica tradicional	4.2.1 Conocimientos y prácticas relacionadas con fenómenos astronómicos y naturales
	4.2.2 Conocimientos y usos tradicionales de plantas, animales y minerales
4.3 Gastronomía	4.3.1 Gastronomía cotidiana
	4.3.2 Gastronomía festiva
	4.3.3 Gastronomía ritual
	4.3.3 Productos alimenticios artesanales
4.4 Medicina Tradicional	n/a
4.5 Espacios simbólicos	4.5.1 Sitios sagrados

	4.5.2 Lugares simbólicos
4.6 Toponimia	n/a
5. Técnicas artesanales tradicionales	
5.1 Técnicas artesanales tradicionales	5.2.1 Alfarería
	5.2.2 Cerería
	5.2.3 Cerrajería
	5.2.4 Cestería
	5.2.5 Ebanistería
	5.2.6 Herrería
	5.2.7 Hojalatería
	5.2.8 Imaginería
	5.2.9 Instrumentos musicales de viento
	5.2.10 Instrumentos musicales de percusión
	5.2.11 Orfebrería
	5.2.12 Peletería
	5.2.13 Pirotecnia
	5.2.14 Masapán
	5.2.15 Talabartería
5.2.16 Textilería	
5.2.17 Artesanía en semillas	
5.2.17 Otros	
5.3.2 Indumentaria cotidiana	
5.2 Técnicas constructivas tradicionales	n/a

Elaborado por: Fernanda Oñate

Fuente: Cajas de listas del patrimonio cultural inmaterial, INPC Ecuador, 2010.

B. ANEXO 2: FICHA DE REGISTRO DEL LOS BIENES INMATERIALES DEL INPC

 MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL FICHA DE REGISTRO DE MANIFESTACIONES INMATERIALES							
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN							
Provincia		Cantón		Parroquia	Guano	Código	
Localidad		Coordenadas	X	Y	Altitud		
2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN							
Comunidad				Lengua			
Ámbito		Subámbito		Detalle del subámbito			
Denominación							
3. FOTOGRAFIA REFERENCIAL							
					Descripción fotografía		
4. DESCRIPCION							
Fecha o periodo del evento							
5. PORTADORES/SOPORTES							
Tipo	Nombre	Edad/tiempo de actividad	Cargo, función o Actividad		Dirección	Localidad	
Individuos							
Colectividades							
Instituciones							
6. IMPORTANCIA PARA LA COMUNIDAD							
7. SENSIBILIDAD AL CAMBIO							
Manifestaciones vigentes							
Manifestaciones vigentes prioritarias							
Manifestaciones de la memoria							
8. INTERLOCUTOR (ES)							
Apellidos y Nombres		Dirección			Teléfono	Edad	Sexo
9. ELEMENTOS RELACIONADOS							
Nombre		Ámbito	Subámbito		Detalle del subámbito		
10. ANEXOS							

Fotografías	Videos	Audio	Texto
11. OBSERVACIONES			
12. DATOS DE CONTROL			
Registrado por:		Fecha de Registro:	
Registro fotográfico:			
Entidad Investigadora:			
Revisado por:		Aprobado por:	

C. ANEXO 3: MATRIZ DE CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES

Tabla 68: Puntuación asignada a los parámetros para la determinación de las artesanías a exportar

Parámetro	Descripción	Puntuación				
		1	2	3	4	5
Capacidad de producción	Mide el tiempo de elaboración de los productos.	Bajo Cuando la elaboración se demora más de una semana	Medio Cuando la elaboración se demora entre un día a una semana	Alto Cuando la elaboración se demora menos de un día	N/A	N/A
Belleza artística con visión al mercado meta	Se toma como base la agradabilidad del producto a la vista.	Nada Agradable	Poco Agradable	Agradable	Muy Agradable	N/A
Facilidad de transportación	Identificar las facilidades o dificultades de transporte de los productos y sus requerimientos de empaque	Difícil Cuando el producto es pesado y cuya movilización es difícil por lo que requiere de un empaque especial que lo proteja de impactos o que facilite su transportación.	Medio Cuando el producto a pesar de no ser de muy difícil transportación pero igual requiere de un poco de cuidados, y necesita empaque acorde a sus necesidades.	Fácil Cuando el producto es de fácil transportación, resistente y no requiere de mayores precauciones	N/A	N/A
Fragilidad del producto	Determinar la fragilidad del producto.	Frágil	Medio Frágil	Resistente	N/A	N/A

Calidad del producto terminado	Calidad del Producto terminado	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente	N/A
Proceso de Fabricación	En este factor se determinara si el trabajo es aun elaborado de forma artesanal sin la intervención de maquinaria	Bajo Entre 0% - 5% trabajo Artesanal	Regular Entre 5% - 25% trabajo artesanal	Bueno Entre 50% - 75% trabajo artesanal	Muy Bueno Entre 50 - 75% trabajo artesanal	Excelente Entre 75% - 100% trabajo artesanal.

Fuente: Fernanda Oñate 2012

D. ANEXO 4: CUESTIONARIO PARA PROVEEDORES

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

ENTREVISTA DIRECTA

Objetivo: La presente entrevista tiene como objetivo seleccionar los proveedores de artesanías para la empresa INGA ARTS cuya implementación está siendo analizada en el proyecto de tesis titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE EXPORTACION ARTESANAL QUE CONTIBUYA EN LA PROMOCION Y DIFUSION TURÍSTICA DE LOS ANDES CENTRO DE ECUADOR, EN EL MERCADO DE LONDRES, REINO UNIDO” bajo la representación de la ESPOCH.

Por favor conteste las preguntas con la verdad.

1) Actualmente usted provee sus productos a alguna otra compañía o consorcio de exportación artesanal.

SI _____ NO _____

A cuales.....
.....
.....

2) Está Interesado en ser proveedor de la empresa INQA ARTS dedicada a la exportación artesanal al mercado de Londres Reino Unido.

SI _____ NO _____

3) Está dispuesto a firmar un acta de compromiso en la que se especificara los deberes, derechos, requerimientos, multas, sanciones y otras que usted crea pertinente con la empresa INQA ARTS.

SI _____ NO _____

4) Tiene algún problema que la empresa INQA ARTS realice visitas sorpresas a su establecimiento para comprobar que se estén cumpliendo con las normas de calidad establecidas en el Acta de Compromiso.

SI _____

NO _____

5) DATOS GENERALES

5.1 Nombre de la empresa:

5.2 Representante:

5.3 Teléfono:

Celular:

5.4 Website:

5.5 Email:

5.6 Otros:

6) ORGANIZACIÓN

6.1 ¿En qué tipo de organización trabaja?

6.1.1 ¿Artesano dependiente?

6.1.2 ¿Artesano independiente?

6.1.3 ¿Taller con operarios?

6.1.4 ¿Productor asociado?

6.1.5 ¿Taller almacén?

7) Esta en la capacidad de entregar las artesanías en la bodega de la empresa.

SI _____

No _____

8) PRODUCCION

8.1 Que tipo de artesanía elabora.

TIPO DE PRODUCTO	NÚMERO DE MODELOS	CANTIDAD PRODUCIDA AL MES	CANTIDAD DISPONIBLE PARA LA EMPRESA	INOVA ARTS COSTO DE VENTA UNIDAD	COSTO DE ALIANZA ESTRATÉGICA	MEDIDAS (LARGO, ANCHO PROFUNDIDAD)	PESO (KG.)

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

E. ANEXO 5: ENCUESTA PARA LA DETERMINACIÓN DE LA CARTERA DE PRODUCTOS DE LA EMPRESA “INKA-ARTS”

**POLYTECHNIC COLLEGE CHIMBORAZO
NATURAL RESOURCES FACULTY
ECO-TOURISM CAREER**

Aim: This matrix is to determine the products that the company INQA ARTS will introduce in London market.

Please read carefully before rating each product code

The score you assign should be within a range from 1 to 5 which are as follows:

1Point if "I would never buy this"

2 Points if "I have no interest in purchasing the Product right now maybe in the future"

3Points if "Not sure if I would buy or not. I need more information before buying the product"

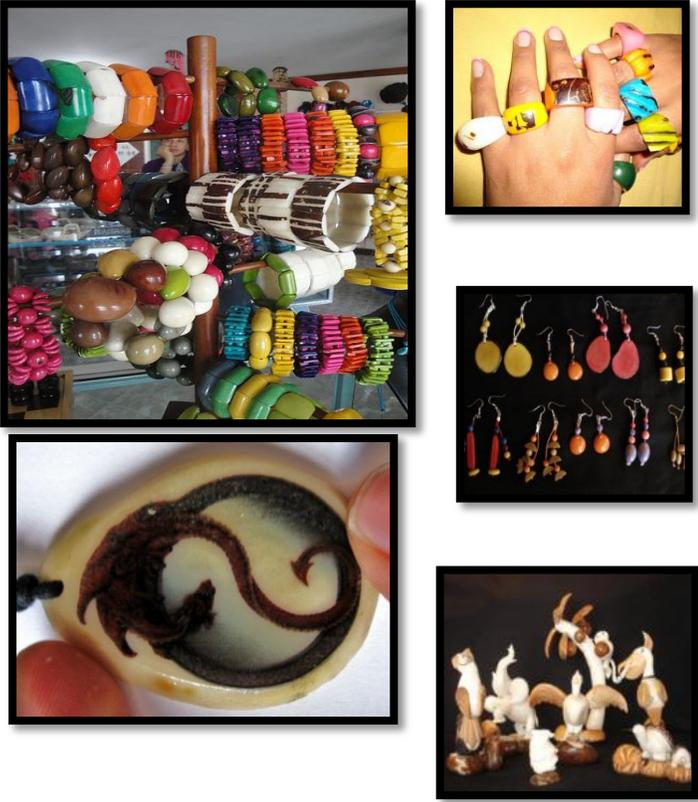
4Points if "I might buy this"

5Points if "I would buy this"

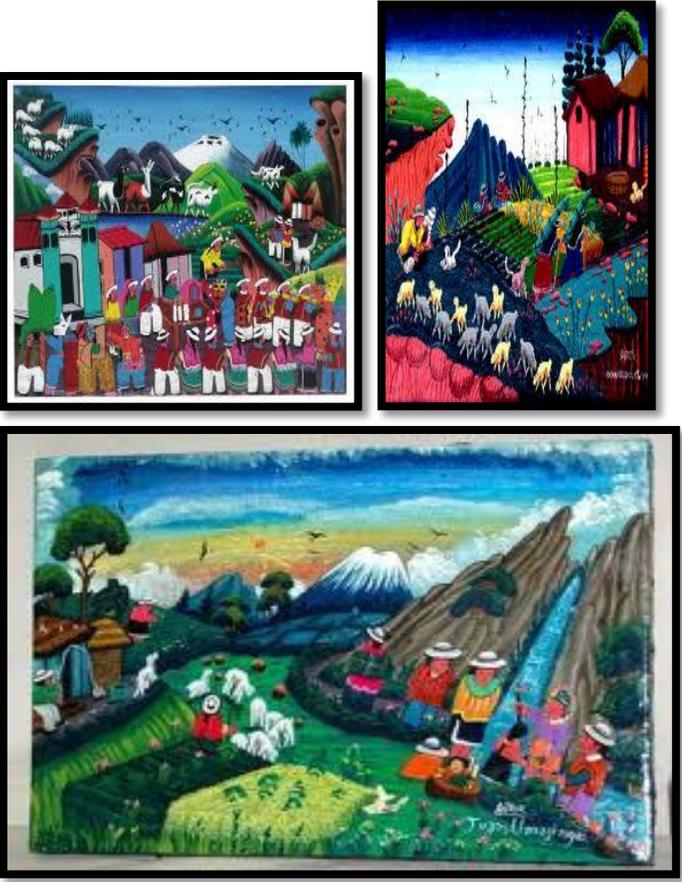
<u>CÓDE AND PRODUCTS NAME</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>PHOTOGRAPHY</u>	<u>SCORE</u> <u>(1-5)</u>
IM-06-07-50-000-11-000001 Hand Made Carpets	<p>High quality hand made carpets using pre-inca techniques.</p> <p>The great skill of the artisan's hands allows them to create any design.</p> <p>Made from 100% natural wool</p> <p>Prices range for m² from: £180 - £200 per m².</p>		
IM-06-02-50-000-11-000003 / IM-18-05-53-000-11-000028 Synthetic Handbags	<p>Beautiful handbags made with synthetic yarn and woven with crochet or needlefish technique according to the model. required.</p> <p>Prices range from £20 - £35</p>		

<p>IM-06-02-60-000-11-000007 / IM-18-07-51-000-11-000029 IM-05-06-50-000-11-000044 Natural Fiber Handbags</p>	<p>Handbags and crafts made from natural fiber that is obtained by indigenous women of different communities. The indigenous women are responsible for the transformation of the raw material that passes through several processes to be malleable. The process of weaving is very laborious in order to obtain the malleability of the raw materials, the quality of the tissue and the designs.</p> <p>Prices range from £ 10 - £40</p>		
<p>IM-06-01-56-000-11-000008 Female Girdles</p>	<p>Garments made from natural cotton and wool fibers an made using a process 100% hand made and infused with representations of profound symbolic significance for the ancient cultures of the Ecuadorian Andes.</p> <p>Prices range from £30 - £45</p>		

<p>IM-06-01-03-000-11-000010 Hats</p>	<p>Elegant hats made from cloths of different quality and various grades in several colors and patterns according to the needs of customers. Prices range from £ 50 - £ 150</p>		
<p>IM-06-07-51-000-08-000012 Leather Products</p>	<p>Leather products made from high quality materials and modern designs and cutting-edge work ideal to meet the needs of modern society. Prices range from: £25-£450</p>		

<p>IM-06-07-55-000-11-000014 / IM-05-06-50-000-11-000043 Products made bulrush and Ceramic.</p>	<p>The bulrush is a plant from which this fiber is extracted, which then is woven to produce these beautiful crafts 100% handmade.</p> <p>Prices range from: £15-£150</p>	 <p>The images show four distinct items: a shallow woven basket with a red interior, a deeper woven basket with a red interior, a round ceramic jar with a lid and woven base, and a green ceramic pitcher with a woven base.</p>	
<p>IM-06-01-04-000-11-000018 / IM-05-02-02-000-11-000034 Crafts made in Ivory Nut</p>	<p>The Tagua, also known as ivory nut or vegetable ivory, is the dried seedpod of the tagua palm tree which grows in the tropical rainforests of South America. When the nuts are dried they become very hard and can then be peeled, sliced or carved and dyed in different colors and with the skilled hands of the artisans they are transformed into beautiful pieces such as jewelry, figurines and different kinds of decoration pieces for different locations.</p> <p>Prices range from £8 - £45</p>	 <p>The images show four different types of Tagua crafts: a display of colorful carved beads and figurines, a hand wearing several colorful Tagua rings, a collection of colorful Tagua earrings, and a group of Tagua figurines depicting animals and people.</p>	

<p>IM-06-07-51-000-11-000011 / IM-06-07-55-000-11-000023 IM-05-01-58-000-11-000038 Alpaca Products</p>	<p>Lovely alpaca products made by hand. A nice selection of beautiful fashions made of alpaca wool warm and soft, such as scarfs, hats, mittens and sweaters, socks and others.</p> <p>Prices range from £60 - £400</p>		
<p>IM-18-07-58-000-11-000031 Salasaka Wall Hangings</p>	<p>The Salasaca are known for their weaving abilities and produce beautiful wall hangings that encase incredible animal forms and bird collages as well as tapices. These are made with 100% wool</p> <p>Prices range from £14 - £300</p>		

<p>IM-05-04-58-000-11-000040 Naif Style Paintings of Tigua</p>	<p>Naif style paintings on natural canvas capture the lives, past and present, of the Zumbahua people, their customs, myths, legends, visions of nature, their dreams and everyday lives</p> <p>Prices range from £35 - £4.000</p>		
<p>IM-05-04-58-000-11-000042 Pinol</p>	<p>Barley flour and sugar cane rich in calories, carbohydrates and protein, with many uses in the daily diet, it can be used as a candy, and it can also be used to create a wide range of muffins, biscuits and cookies with a rich, home-made flavor.</p> <p>Prices range from £5</p>		

IM-05-06-50-000-11-000045
Wooden Masks

Heavy wooden masks are worn by dancers for festivals that take place in different communities in Ecuador. This are made in small workshops by hand, Many of the masks represent animals, including monkeys, wolves, tigers, and fierce dogs. The large heads and faces are carved from one piece of wood; the ears are often made separately from wood or other materials and then attached.

Prices range from £80 - £500



<p>IM-02-01-59-000-11-000047 Natural Fiber Crafts (Simiatuc Community)</p>	<p>Artistic crafts in embroidery and hemp created by indigenous women, using creativity and skill that allows them to create grace, lightness and style in all their range of designs and also functional products such as cards, wallets, keychains, gloves kitchen, cushions, various models of bags, dolls, pictures, all kinds of cases including glasses, mobile phones and cosmetics, also for documents, portfolios, vests, belts, slippers and games.</p> <p>Prices range from £45 - £200</p>		
--	---	---	--

F. ANEXO 6: DETERMINACIÓN DE LAS VENTAS ANUALES

Tabla 69: Determinación de las ventas anuales

Producto	Precio Promedio Unidad	Precio de Venta (30%)	Cantidad Mensual	Cantidad Anual	Ventas anuales
Alfombras 25px10cm	150	195	10,5	126	24570
Alfombras 20px10cm	100	130	18	216	28080
Shigras CCabuya XXS	1	1,3	50	600	780
Shigras Cabuya XS	1,5	1,95	60	720	1404
Shigras Cabuya S	1,75	2,275	55	660	1501,5
Shigras Cabuya M	5	6,5	30	360	2340
Shigras Cabuya G	7	9,1	12	144	1310,4
Monedero Cabuya M	5	6,5	10	120	780
Monedero Cabuya L	6	7,8	6	72	561,6
Anillos Tagua	0,18	0,234	10000	120000	28080
Collares Tagua	1,25	1,625	2.000	24000	39000

Aretes Tagua	1,5	1,95	2000	24000	46800
Ajedres Tagua P	12	15,6	150	1800	28080
Ajedres Tagua G	80	104	40	480	49920
Botella perfumera Tagua	2,8	3,64	150	1800	6552
Llaveros Tagua	1,25	1,625	2000	24000	39000
Pipa Turbo Tagua	1,5	1,95	750	9000	17550
Pipa Zapato Tagua	1,5	1,95	750	9000	17550
Pipa Sencilla Tagua	1,25	1,625	750	9000	14625
Pipa Grande Tagua	1,75	2,275	750	9000	20475
Figuras Tagua Pequeña Sencilla	1,85	2,405	1000	12000	28860
Figuras Tagua Pequeña Complicada	2,2	2,86	650	7800	22308
Figuras Tagua Mediano Sencilla	2,5	3,25	1000	12000	39000
Figuras Tagua Mediano Complicada	2,85	3,705	550	6600	24453
Figuras Tagua Grande Sencilla	3,5	4,55	300	3600	16380
Figuras Tagua Grande Complicada	4	5,2	150	1800	9360
Tapices Extra Pequeño	2	2,6	500	6000	15600
Tapices Pequeño	3	3,9	450	5400	21060
Tapices Mediano	5	6,5	300	3600	23400
Tapices Grande	25	32,5	200	2400	78000
Tapices Extra Grande	45	58,5	50	600	35100
Cuadro Extra Grande	3000	3900	2,3	27,6	107640
Cuadro Grande	400	520	10	120	62400
Cuadro Mediano	140	182	15	180	32760
Cuadro Pequeño	120	156	25	300	46800
Cuadro Extra Pequeño	30	39	46	552	21528
Llaveros	0,8	1,04	350	4200	4368
Paneras Pequeña	3	3,9	120	1440	5616
Panera Mediana	4	5,2	90	1080	5616
Panera Grande	5	6,5	60	720	4680
Joyero pequeño	2	2,6	200	2400	6240

Joyero Mediano	2,5	3,25	150	1800	5850
Joyero Grande	2,75	3,575	130	1560	5577
Canoas	8	10,4	25	300	3120
Azucarera Mediana	2,5	3,25	60	720	2340
Azucarera Grande	4	5,2	60	720	3744
Azucarera Cuello Largo	2,5	3,25	60	720	2340
Pocillo Pequeño Circular	2,5	3,25	60	720	2340
Pocillo Pequeño Rectangular	4	5,2	60	720	3744
Pocillo Mediano Circular	5	6,5	60	720	4680
Pocillo Mediano Rectangular	5	6,5	60	720	4680
Pocillo Grande Ovalado	8	10,4	60	720	7488
Pocillo Grande Circular	8	10,4	60	720	7488
Pocillo Grande Rectangular	8	10,4	60	720	7488
Jarra Pequeña	4	5,2	60	720	3744
Jarra Mediana	8	10,4	60	720	7488
Jarra Grande	12	15,6	60	720	11232
Bolso Fantasia	24,5	31,85	5	60	1911
Bolso Casual	23,5	30,55	5	60	1833
Bolso Colegial	24,5	31,85	5	60	1911
Estuche Cosmetico	12,5	16,25	10	120	1950
Bolsito Cuello	6,5	8,45	5	60	507
Estuche Viajero	13	16,9	5	60	1014
Mochilita	13,5	17,55	5	60	1053
Estuche Multiuso	10,5	13,65	5	60	819
Bolso Playero	19,5	25,35	5	60	1521
Bolso ESTUDIANTIL	21,5	27,95	5	60	1677
Bolso Redondo	18,5	24,05	5	60	1443
Bolso Turismo	25	32,5	5	60	1950
Bolso Urbano 1	13,5	17,55	5	60	1053
Bolso Urbano 2	16	20,8	5	60	1248
Bolso Urbano 3	18	23,4	5	60	1404

Maletín Portafolio	24	31,2	5	60	1872
Bolso Sisa, Pequeño	18	23,4	5	60	1404
Canguro	12,5	16,25	5	60	975
COMPU-Maletín	23	29,9	5	60	1794
Funditas Varias P.	3,5	4,55	5	60	273
Funditas Varias M.	5	6,5	5	60	390
Bolso Sisa, Mediano	23	29,9	5	60	1794
Bolso Sisa, Jumbo	28	36,4	5	60	2184
Bolso Juvenil	18	23,4	5	60	1404
Bolso Compras	20	26	5	60	1560
Bolso Dinámico	21	27,3	5	60	1638
Bolso Juvenil-Tapado	21	27,3	5	60	1638
Billetera	10,5	13,65	10	120	1638
Carteritas Varias	4,5	5,85	15	180	1053
Estuche Celular	8,5	11,05	10	120	1326
Estuche Gafas	7,2	9,36	5	60	561,6
Estuche Documentos	8,5	11,05	5	60	663
Estuche Libro, Grande	12,5	16,25	5	60	975
Estuche Lentes	6	7,8	10	120	936
Llavero	5,5	7,15	15	180	1287
Monederito	3,8	4,94	10	120	592,8
Cartera Tubo	14	18,2	10	120	2184
Centro-Mesa, Redondo	28	36,4	5	60	2184
Centro-Mesa, Rectangular	20	26	5	60	1560
Shigras Varias Pequeña	7	9,1	15	180	1638
Shigras Varias Mediana	11	14,3	10	120	1716
Shigras Varias Grande	16,5	21,45	5	60	1287
Porta-Botellita	14	18,2	10	120	2184
Individuales, Rectangular	25	32,5	5	60	1950
Cinturón	10	13	5	60	780
Chanclas Y Pantufas	16,5	21,45	10	120	2574
Agenda, Grande	13,5	17,55	3	36	631,8

AGENDA, Mediana	10,5	13,65	5	60	819
Agenda, Pequeña	8	10,4	8	96	998,4
Portafolio	19	24,7	5	60	1482
	46,992336	6536,634	27070,8	324849,60	1.132.712,10

G. ANEXO 7: ANALISIS FODA

1. Análisis FODA “Precio”.

Tabla 70: Análisis FODA de Precio

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tendencia a la mejora continúa de la calidad del producto a bajo costo, debido a que los materiales y los insumos que se usan en la fabricación de artesanías no son tan costosos. ➤ Los productos son adquiridos a un costo accesible y son vendidos obteniendo un margen de ganancia aceptable, a la comercializadora mayorista y a un margen de ganancia mucho mayor al consumidor final no mayorista que realice sus compras por internet. ➤ Baja inversión en adquisición de los productos disminuyendo costos de venta. ➤ Adaptabilidad de la mayoría de los productos a diversos rangos de calidad por ende disminución de precios de acuerdo a la calidad deseada por los compradores.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Posibilidad de que los clientes creen fidelidad hacia el producto debido a que tendrán capacidad de sugerir cambios en los modelos, de acuerdo a sus requerimientos a bajo costo. ➤ Posibilidad de crear procedimientos y planes diseñados con miras a producir la información de mercadeo requerida al costo más bajo. ➤ Debido a que no existe competencia en el mercado que la empresa empieza a incursionar la empresa pone el precio al los productos.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Necesidad de inversión en innovación y nuevas técnicas. ➤ Aumento de costos en el área de ventas por la falta de contactos en el exterior, ya que para adquirir nuevos contactos es necesario invertir en el área de comercialización. ➤ Incremento en los costos por lanzamiento y distribución ➤ Incrementando costos de envío por unidad en los primeros meses hasta llegar a introducirnos en el mercado como una empresa consolidada.

AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dificultad de ofrecer acceso a crédito a nuestros compradores ➤ Alta competencias Artesanal a nivel mundial ➤ Mercado artesanal de ciertos países ya consolidado en el mercado londinense y con clientes fidelizados. ➤ Como consecuencia de la dolarización los precios de las artesanías se elevaron bastante perdiendo competitividad con países vecinos que por comunes ancestros pasados tienen artesanías semejantes.
-----------------	--

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

2. Análisis FODA de plaza.

Tabla 71: Análisis FODA de Plaza

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Inserción nula de los productos artesanales de la sierra centro de nuestro país en el mercado de Londres-Reino Unido. ➤ Uso de tecnología para crear facilidades de compra y lealtad en los clientes. ➤ Valor agregado en cada producto a exportar.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Varios artículos reconocidos por entes nacionales e internacionales. ➤ Gran potencial de aceptación en el mercado por su variedad de diseños y gran valor cultural. ➤ Perspectivas de expansión del consumo mundial, por la diversidad de tendencias que se quieren lanzar. ➤ Alto potencial de crecimiento del consumo de artesanías en diferentes países a lo largo de los últimos años.

DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Necesidad de conocer e involucrar las exigencias de sectores diferentes como lo son por un lado los artesanos y por el otro el comercio exterior. ➤ Escaso interés de las nuevas generaciones en el aprendizaje de las técnicas artesanales por ende poca producción como para cubrir el mercado a gran escala.
AMENAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Altas exigencias en el mercado internacional, según normas y especificaciones de calidad. ➤ Alta competencia de productos importados (por calidad y origen) ➤ Productos ya establecidos en el mercado

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

3. Análisis FODA de Producto.

Tabla 72: Análisis FODA de Producto

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseños novedosos en el mercado meta, lo que permitirá complacer al cliente con nuevos artículos. ➤ Los diseños se elaboran con fibras o productos naturales saliendo de lo tradicional para el mercado de Londres-Reino Unido. ➤ Los colores y materiales son llamativos y se encuentran representando la diversidad cultural de nuestro país.
-------------------	---

<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Atracción de los productos artesanales en el mercado meta por ser elaborado en su mayoría con productos naturales. ➤ Los productos son piezas únicas por el hecho de ser elaborados a mano. ➤ Posible surgimiento de más artesanos proveedores lo que nos permitirá expandir el mercado. ➤ Los productos artesanales son libres de arancel tanto en el mercado ecuatoriano como en el mercado inglés
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El tiempo de producción de los productos es relativamente alto, con respecto a productos mal llamados artesanales cuya producción industrial es a alta escala. Ya que nuestros productos son realizados manualmente y no se permite la producción en serie. ➤ Errónea concepción de los clientes acerca de la durabilidad del material en el que se encuentran elaborados los productos (Fibras naturales, material vegetal y animal) ➤ Por política de la empresa, imposibilidad de tecnificar la elaboración de los productos, ya que se perdería la esencia y características artesanales, aumentando los tiempos de producción.
<p style="text-align: center;">AMENASAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Que se inunde el mercado con copias de nuestros productos elaborados con maquinaria a precios reducidos. ➤ Con el paso del tiempo, los clientes ya no encuentren atractivos los diseños, por no obtener de ellos un elemento diferenciador. ➤ Xenofobia.

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.

4. Análisis FODA de Promoción.

Tabla 73: Análisis FODA de Promoción

FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Debido a que es un producto innovador puede ser reconocido fácilmente en el mercado. ➤ El material en que se encuentran fabricados llama la atención de las personas, además de que los productos son de buena calidad y exclusivos. ➤ Con los nuevos proyectos impulsados por el gobierno para promover las exportaciones, de alguna forma se facilitara la comercialización y promoción de los productos. ➤ Existe la posibilidad de ayuda de ciertos organismos gubernamentales como el Ministerio de Turismo.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Posibilidad de dar a conocer el producto por medio del sistema web. ➤ Lograr un posicionamiento como empresa innovadora en el exterior, mediante el envío de muestras de nuevos diseños, anualmente. ➤ Potencialidad de exhibir los productos en Ferias como Gifts & Handicrafts Trade Shows in London-United Kingdom, International Art Fairs entre otras. ➤ La presencia de contactos en el mercado meta dispuestos a fortalecer las relaciones con los importadores.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de conocimientos del producto en el mercado, lo que implica una mayor inversión en la promoción y difusión de los mismos. ➤ Los artesanos no diversifican los modelos.

AMENASAS	<ul style="list-style-type: none">➤ Dificultad de cumplir con un aumento excesivo de la demanda.➤ Dificultad de poder obtener cupos en las ferias de renombre por ser una empresa nueva en el mercado.➤ Introducción de productos sustitutos en el mercado por empresas con experiencia en este mercado.
-----------------	--

Fuente: Información secundaria

Elaborado por: María Fernanda Oñate P.